



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN

“LEAMOS UNA REVISTA. LAS REVISTAS
EDUCATIVAS EN EL D. F.”

T E S I S

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

P R E S E N T A :

CLAUDIA GARCÍA BARRERA



FES Aragón

ASESORA: LIC. MARÍA DEL SOCORRO DE LA GUERRA
MARTÍNEZ



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Hoy a mis 25 años veo concluido uno de mis mayores sueños y agradezco a Dios por haberme permitido, hasta ahora, llevar a cabo todo lo que he deseado en esta vida. Gracias por la familia que me diste por que se que ellos siempre respetarán mis decisiones, celebrarán mis triunfos y serán mi apoyo en los malos momentos.

Mamá, tú me has enseñado tantas cosas y has sido mi ejemplo de vida; alguna vez me preguntaron cuál era el personaje que más admiraba y sin pensarlo dije, mi mamá, te agradezco todo lo que has hecho por mí, por rezar cada vez que me voy y por hacerme saber que tu amor ha sido y será incondicional y que me lo has dado a manos llenas sin esperar recibir nada a cambio.

Papá, de ti aprendí que uno debe luchar por lo que quiere y que todos nuestros actos tienen consecuencias y gracias a tus actos soy la persona que ves ahora, una mujer fuerte, con valores y principio. Gracias por estar siempre ahí, en las buenas y en las malas, por multiplicar tu cariño y por secar mis lágrimas para poder levantarme, sacudirme y seguir adelante.

Ilse, a ti te agradezco por pensar en mí; por arrancarme carcajadas; por perdonarme antes de juzgarme, por aceptarme tal como soy y por todo lo bueno que podemos hacer cuando nos lo proponemos.

Abuelos, a ustedes también les agradezco el formar parte de mi vida y les dedico infinitamente este trabajo, gracias por esos momentos de mi niñez que pasé a su lado. Lo ves abuelo, ¡lo logre! Te convertiste en mi ángel de la guarda y sé que desde arriba compartes cada momento de mi vida.

Marisol, Diana y Liliana a ustedes también les quiero agradecer el haber compartido conmigo cuatro años de risas, enojos, lágrimas, largas y largas pláticas. Fueron los cuatro mejores años de escuela y sé que fuera de ella nuestra amistad seguirá por mucho más tiempo...

Profesora María del Socorro, a usted le agradezco el haberme guiado para poder llevar a cabo este trabajo, no sólo eso; también haberme escuchado y darme sus consejos en los momentos que no sabía para donde dirigirme. Gracias por formar parte de mi vida académica y no sólo ser mi profesora, sino también mi amiga.

Claudia García Barrera.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	PÁGINA
Capítulo I La revista	
1.1 ¿Qué es esto?	2
1.2 Nace una revista	5
1.2.1 Primeras hojas en México	7
1.2.2 Las primeras revistas en México	8
1.2.2.1 El Renacimiento	8
1.2.2.2 Revista Azul	10
1.2.2.3 Revista Moderna	12
1.2.2.4 Revista Moderna de México	14
1.3 Así es la revista	16
1.4 Revistas y más revistas	21
1.4.1 Las especializadas	22
1.4.2 La ciencia y su difusión	24
1.4.2.1 Contenido de las revistas científicas	27
1.4.2.2 Ediciones y distribución de revistas científicas	28
1.4.2.3 Aspectos formales	29
1.4.3 Las revistas... ¿informan?	31
1.4.4 Las revistas como entretenimiento	34
1.4.5 Publicar para educar. Revistas educativas	37
1.5 ¿Sí o no a las revistas?	42
Capítulo II La Revista Educativa	
2.1 Así comienzan	46
2.2 Objetivos que persigue la revista educativa	54
2.3 Algunas revistas educativas en el Distrito Federal	57
2.3.1 ¿Cómo ves?	58
2.3.2 Avance y Perspectiva	60

2.3.3 Revista Latinoamericana de Estudios Educativos	61
2.3.4 Revista de la Educación Superior	62
2.3.4 EDUCARE	63
2.4 Otras revistas consumidas por su popularidad o información y consideradas entre la población como educativas	65
2.4.1 La Tempestad	66
2.4.2 Muy Interesante	67
2.4.3 National Geographic en Español	68
2.4.5 Siempre! Presencia de México	69

Capítulo III El diseño de la revista educativa

3.1 Características Externas	74
3.1.1 La Portada	74
3.1.2 La Contraportada y Publicidad	77
3.2 Características Internas	80
3.2.1 Índice	80
3.2.2 El Editorial	82
3.2.3 Secciones	86
3.2.4 Contenidos	90
3.2.4.1 Encabezados	93
3.2.4.2 Tipografía	95
3.2.4.3 Imágenes e ilustraciones	97
3.3 Características Físicas	101
3.3.1 Los colores	101
3.3.2 Tamaño	105
3.3.3 Tipo de papel	105
3.3.4 Diagramación	107
3.4 Directorio de la publicación	114
3.4.1 Editor	114
3.4.2 Departamento de Dirección	114
3.4.3 Departamento de Redacción	116
3.4.4 Departamento de Maquetación y Montaje	118
3.4.5 Colaboradores	119
3.4.6 Departamento de Administración	119

Capítulo	IV	¿Cómo, cuándo y dónde se venden las revistas educativas?	
4.1 Tiraje: Secretaría Técnica de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas (STCCPRI) y Impresos (PNMI)		Padrón Nacional de Medios	130
4.2 Periodicidad			140
4.3 Distribución			143
4.4 Perfil de los lectores			148
Capítulo	V	Las revistas educativas, preferencias entre los alumnos de la FES Aragón	157
CONCLUSIONES			165
Fuentes de consulta			
Entrevistas			

INTRODUCCIÓN

Los medios masivos de comunicación han ejercido, hasta ahora una gran influencia sobre el público en general, pero principalmente entre los niños y jóvenes, ya que en la actualidad son los que intervienen en la educación de la población mexicana.

Anteriormente los conocimientos se adquirían en un aula de clases, con un profesor, una pizarra y libros; sin embargo, el desarrollo de la tecnología, aunado a los nuevos modelos de educación han propiciado que la prensa, la radio, la televisión y el internet formen parte en la educación de los mexicanos.

Dichos medios han sido un canal importante, no sólo para mantener informada a la sociedad; sino también para fomentar la educación y la cultura. Uno de ellos que se ha encargado de realizar esta noble labor son las revistas educativas, las cuales muestran al público lector toda clase de artículos para mejorar el nivel académico de los alumnos mexicanos.

Desafortunadamente, este tipo de revistas se han visto opacadas por fascículos de “entretenimiento” mismos que tiene una gran popularidad en el mercado; por lo cual su alto tiraje y el morbo de la gente hacia éstas ha contribuido a que las buenas revistas con alto contenido cultural y pedagógico no sean consumidas satisfactoriamente o en el peor de los casos, ni siquiera sean conocidas.

Es por ello que surgió la inquietud de realizar una investigación mediante un análisis estructural de fondo y forma sobre las revistas educativas en el Distrito Federal para saber cómo son, cuáles son los elementos con los que cuenta, cuánta difusión se les da, qué beneficios aporta al sector educativo y por qué es importante considerarlas como complemento para la educación de cada individuo.

En este trabajo se hablará en el primer capítulo sobre los orígenes de las revistas; desde el significado etimológico hasta las primeras publicaciones que aparecieron en México como la revista “El Renacimiento”, “Revista Azul”, “Revista Moderna” y

“Revista Moderna de México” lo cual refleja que nuestro país es rico en medios impresos; no sólo en el siglo XXI sino desde muchos años atrás; así mismo, se muestran las características básicas que debe tener una revista para poder ser considerada como tal y los diferentes tipos de publicaciones que existen en nuestro país.

En el segundo capítulo se darán a conocer los orígenes de la revista educativa, sus principales objetivos como medio de comunicación en el sector educativo y algunas definiciones encontradas. Desafortunadamente, es difícil encontrar cuál es esa pequeña línea que hace la diferencia entre una revista educativa, una cultural y una científica, es por ello que también se mostrarán brevemente algunas revistas consideradas como educativas por la población mexicana; dichas publicaciones se tomaron mediante un muestreo realizado previamente a los alumnos de la Facultad de Estudios Superiores Aragón (FES Aragón) dando como resultado las siguientes: *¿Cómo ves?*, *La Tempestad*, *Muy Interesante*, *National Geographic en Español*, *EDUCARE* y *Siempre! Presencia de México*, todas ellas producidas en el Distrito Federal, ya sea porque son nacionales o por que la editorial que las reproduce cuenta con una licencia para editarlas.

A pesar de estos resultados, se debe tomar en cuenta que la mayoría de las publicaciones educativas se realizan dentro de las diferentes instituciones, ya sean públicas o privadas y su distribución es interna o por suscripción, del a misma forma su tiraje es muy reducido, es por ello que nos son tan populares o reconocidas por los lectores.

Por lo anterior también se mostrará en este capítulo revistas como “Avance y Perspectiva” realizada por el Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional (CINVESTAV-IPN), “Revista Latinoamericana de Estudios Educativos” del Centro de Estudios Educativos (CEE) y la “Revista de la Educación Superior” creada por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES); las cuales aún podemos encontrar impresas a diferencia de otras que solo se tiene acceso a ellas vía Internet.

El diseño de una publicación es importante para atraer la atención del lector, sea consumida y tenga una popularidad satisfactoria, es por ello que el capítulo tercero tratará sobre la elaboración de la revista educativa y se detallarán cuáles son las características externas, internas y físicas. Se hablarán de colores, tipografía, imágenes, diagramación, etcétera.

También, se hablará de los recursos humanos necesarios para poder llevar a cabo la realización de dicha actividad, puesto que sin el personal no sería posible la conclusión de un fascículo de calidad.

En el capítulo cuarto se tocan los temas de tiraje, periodicidad y distribución de las revistas y los medios impresos en el Distrito Federal. Se hablarán de algunos monopolios como la Unión de Expendedores y Voceadores de los Periódicos de México, A. C., DIMSA, CITEM e INTERMEX que son los principales canales de distribución de los medios impresos y que sin ellos, los fascículos no llegarían a tiempo a nuestras manos.

Finalmente, en el capítulo quinto se muestran unas gráficas realizadas mediante encuestas hechas dentro de la Facultad de Estudios Superiores Aragón (FES Aragón) para saber si los alumnos de dicha Institución gustan de las revistas y saber si las han utilizado como medio de apoyo es sus estudios.

CAPÍTULO I

LA REVISTA

Capítulo I

La Revista

1.1 ¿Qué es esto?

Hablar de revistas es hablar, principalmente, de los medios de comunicación que se han constituido hasta nuestros tiempos como una herramienta persuasiva en la población. Entre esos medios, que son los encargados de transmitir información, encontramos a la televisión, la radio, actualmente Internet y la prensa escrita de la cual se derivan las revistas que es el punto principal de esta investigación.

La revista en México era considerada, hasta hace poco, como una vía complementaria en los medios de comunicación que poco a poco ha retomado su fuerza individualizándose como tal, la cual es capaz de informar a la sociedad mediante sus artículos de manera confiable; sin embargo, no todo lo que actualmente se encuentra en el mercado, en cuanto a contenido se refiere, es certero.

Antes de comenzar a hablar de las revistas es importante conocer su definición. Según la Real Academia de la Lengua Española es una publicación periódica con textos e imágenes sobre varias materias, o sobre una en especial, no obstante estas publicaciones van acompañadas principalmente de publicidad para poder costear los gastos de producción, es por esta razón que éstas se han convertido en un medio de entretenimiento más que en uno de difusión del conocimiento o información para beneficio de la población.

Según Laura Fisher y Jorge Espejo en su libro *Mercadotecnia*, afirman que las revistas son de lectura confortable, además, de que permiten la realización de gran variedad de anuncios.

La revista también “revisa, registra y repasa determinadamente lo que acontece en un periodo de tiempo, destaca lo más relevante, importante, significativo y de impacto; busca lo recóndito de la noticia, procura actualizar la información y profundiza sobre la misma”.¹

En la siguiente tabla encontraremos las diferencias más significativas que existen entre una revista y un libro:

REVISTA	LIBRO
<ul style="list-style-type: none">• Tienen una periodicidad establecida. (semanal, quincenal, mensual, bimestral o semestral).	<ul style="list-style-type: none">• Se hace uno sólo y puede formar parte de una serie.
<ul style="list-style-type: none">• Suele tener pocas páginas, con tapa blanda.	<ul style="list-style-type: none">• Suele tener muchas páginas gruesas, con tapa dura.
<ul style="list-style-type: none">• Contiene muchas imágenes a color.	<ul style="list-style-type: none">• Pueden tener algunas imágenes, pero sin duda alguna las palabras ocupan la mayoría del espacio.
<ul style="list-style-type: none">• Pueden tener historias, hechos, reportajes, algunas actividades.	<ul style="list-style-type: none">• Solamente contiene hechos o historias.
<ul style="list-style-type: none">• Los textos y las imágenes son realizados por muchas personas diferentes y podemos conocer de esta manera su trabajo.	<ul style="list-style-type: none">• Los textos y las imágenes sólo son realizados por los autores.
<ul style="list-style-type: none">• A menudo traen un regalo o algún material extra.	<ul style="list-style-type: none">• Es raro que contengan un obsequio, pero si una versión en CD.

¹ Asitimbay, L. Generalidades de la revista. 2010 PDF [en línea]. 22 de enero del 2010 Disponible en: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/400/3/Capitulo1.pdf>

En la actualidad, el mensaje que las revistas brindan es captado con más facilidad y su rol ha cambiado debido a que la mayoría buscan especializarse y así establecer un vínculo con sus lectores que se ven atraídos a adquirirlas según la temática, pero sobre todo este consumo se verá reflejado según el tipo de población e incluso la geografía.

A diferencia del diario que se imprime al día, la revista se puede conservar y sigue siendo de utilidad, ya que sus artículos son atemporales. Respecto a esto Ariel Garofalo, diseñador gráfico egresado de la Universidad de Buenos Aires, cree que la revista no se tira al día siguiente de leerla, la revista no pierde su condición de revista una vez leída. Un periódico es importante sólo cuando se lee en el momento preciso, una vez consultado pasa a ser un montón de páginas impresas. Esta característica que cita Garofalo es muy significativa ya que la podemos tomar como un medio no sólo de entretenimiento y distracción, sino como de consulta para cualquier tema que se requiera.

Con el crecimiento de la tecnología las revistas ahora no sólo las encontramos en papel; muchas de ellas cuentan con su ejemplar tanto impreso como en Internet lo que facilita a la mayoría de los consumidores el acceso a los contenidos sin la necesidad de conservar varios kilos de papel; sin embargo, al igual que el periódico se disfruta más de la lectura cuando las personas pueden tener contacto con este tipo de materiales y deleitarse al tenerlos entre las manos y poder hojear las páginas.

1.2 Nace una Revista

Considerando que las revistas son un medio impreso, tenemos que remontarnos a la historia de la prensa escrita, donde el primer gran invento para llevarla a cabo fue la imprenta patentada por el alemán Johannes Gutenberg en 1456, con la que se publicó como primer libro **La Biblia** con 42 líneas; esto ayudó a que el acceso a la información fuera menos costoso, ya que anteriormente sólo las clases altas podían acceder a los libros o a los escritos de la época. Pero antes de que se conociera la imprenta, la cultura y la información se divulgaban por medios directos como la transmisión oral o la elaboración y reproducción de manuscritos sin llegar a toda la población, “convirtiéndose en patrimonio de élites”.² Ésta es la verdadera importancia del invento, que la población ha tenido fácil acceso y ha impulsado a las diferentes corrientes ideológicas.

En México la primera imprenta fue traída el 25 de septiembre de 1539 durante el gobierno de Don Antonio de Mendoza, primer virrey de Nueva España con ayuda del primer obispo de México, Fray Juan de Zumárraga, permitiendo con ello la difusión de la cultura. Sin embargo, las restricciones para utilizar la imprenta eran severas y cada editor debía solicitar autorización del obispo y del virrey para realizar cualquier tipo de impresión.

“En el desarrollo y la evolución de la imprenta, la iglesia jugó un papel muy importante y a la vez contradictorio, pues mientras que a través de la Inquisición se prohibía la circulación de determinadas obras, obispos y misioneros promovían la introducción de la imprenta en el Nuevo Mundo y la edición de libros para evangelizar a los indios, como biblias, misales y otros textos religiosos”.³

² Moisés Ochoa Campos. *Reseña Histórica del periodismo Mexicano*. México, Porrúa, 1968, p. 22.

³ Stella Maris Fernández. *Hispanoamérica; su registro cultural a través de la imprenta*. 1999 [en línea]. 3 de marzo del 2010. Disponible en: <http://www.ifla.org/IV/ifla65/papers/111-137s.htm>

Lo anteriormente mencionado fue una de las razones por las que se introdujo la imprenta en nuestro país, pero otra muy significativa fue “la necesidad de imprimir trabajos burocráticos de la colonia española así como impresos educativos”.⁴

La imprenta que llegó a México fue instalada en la “Casa de las Campanas” ubicada en la esquina de las actuales calles de Moneda y Lic. Verdad, siendo “el primer impresor de México y América Juan Pablos de Bresca”⁵ de nacionalidad italiana, oficial del taller de Juan Cromberger. Actualmente la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) utiliza el inmueble como parte de sus oficinas dedicadas a la preservación de la cultura en nuestro país.

Entre los primeros libros que se imprimieron destacan “*Ordenanzas y compilación de leyes: hechas por el muy ilustre señor don Antonio de Mendoza, virrey y gobernador de esta Nueva España...*, México, Juan Pablos, 1548 y *Sumario Compendioso de las cuentas de plata y oro que en los reinos del Perú son necesarias a los mercaderes y todo género de tratantes. Con algunas reglas tocantes al aritmética*, México, Juan Pablos, 1556”.⁶

Sin embargo, Moisés Ochoa Campos en su libro *Reseña histórica del periodismo mexicano* afirma que en 1541 apareció el primer impreso mexicano de carácter informativo que se conoce. Constaba de cuatro hojas en cuarto, impreso en letra gótica y hace relación del terremoto ocurrido en la ciudad de Guatemala la noche del 10 al 11 de septiembre de 1541.

⁴ Gaston Litton. Del libro y su historia. Buenos Aires, Bowker Editores Argentina, 1973, p. 46.

⁵ Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México. Bibliografía Mexicana. La imprenta de México [en línea]. 3 de marzo del 2010. Disponible en: <http://mmh.ahaw.net/imprenta/index.php?idoc=INTRODUCCION>

⁶ Elvira Carreño Velázquez. El libro impreso en el siglo XVI, I. [en línea]. 5 de marzo de 2010. Disponible en: http://adabi-ac.org/investigacion_libro_ant/memorias/paginas/articulo_id_702.htm

1.2.1 Primeras hojas en México

Con los antecedentes de la imprenta en México llegaron las hojas volantes o también conocidas como hojas sueltas, éstas se crearon debido a que anteriormente las noticias importantes de la Nueva España se daban a conocer por medio de *pregoneros* que gritaban las noticias de actualidad en las plazas públicas o lugares donde se juntaba mucha gente; obviamente esta labor la desempeñaban bajo supervisión de las autoridades coloniales.

Fue así que en el siglo XVI comenzaron a aparecer las hojas sueltas en las que se transmitían todas las noticias de la Nueva España, en ellas la figura de Carlos Sigüenza y Góngora, científico, historiador y literato mexicano, adquirió un papel importante como el precursor del periodismo mexicano.

Estas hojas no se imprimían diariamente por eso es que no se consideraban como un periódico, que como su nombre lo dice, se reproducen periódicamente; sino que salían cuando la importancia de la noticia lo ameritaba; para finales del siglo XVI los libros que se imprimieron fueron un total de 231, casi todos con fines de devoción y catequización.

La censura para expresarse en esa época era mucha, así que se comenzaron a realizar impresos literarios, históricos y científicos para poder difundir el pensamiento y aparecieron en serie. Entre éstos destacó "*El Mercurio Volante*" escrito por Don Carlos de Sigüenza y Góngora en el año de 1693, este impreso fue una publicación periódica pero de carácter documental informativo.

Posteriormente, después de 29 años, en 1722 apareció el primer periódico en nuestro país que llevó por nombre "Gaceta de México"; éste fue muy completo, contenía secciones de noticias oficiales, comerciales, religiosas sociales y marítimas y estaba compuesto por cuatro hojas en cuarto, es decir ocho páginas, y su colección constaba de 48 planas.

1.2.2 Las primeras revistas en México.

Las primeras grandes revistas literarias que aparecieron en México surgieron con El Modernismo que bien puede referirse a partir del año 1876 aproximadamente y éstas fueron: “*Revista Azul*”, “*Revista Moderna*” y “*Revista Moderna de México*”; siendo las más populares, sin embargo “*El Renacimiento*” surgió años antes que las tres publicaciones ya mencionadas. La popularidad de cada una fue representativa en su momento, pues las cuatro contenían los grandes textos de sobresalientes escritores del momento.

1.2.2.1 El Renacimiento



Revista *El Renacimiento*, centro de renacimiento cultural, 1869. México y su historia, vol. 8, UTEHA, Mexico, 1984. Ubicada en: http://proxychi.baremetal.com/correo-delmaestro.com/antecedentes/2009/diciembre/fotos/renacimiento_opt.jpg

La revista *El Renacimiento* apareció en el año de 1869 bajo la batuta de Ignacio Manuel Altamirano, escritor y periodista mexicano nacido en Tixtla, Guerrero, en la cual se pretendió mostrar el “floreamiento cultural del tiempo”.⁷ La primera entrega de esta revista se realizó el 2 de enero del año antes mencionado y tenía como portada un ave fénix de las letras renaciendo de sus cenizas realizada por el grabador Hesiquio Iriarte.

Entre las personalidades más destacadas de la época que plasmaron sus ideas, poemas y textos estuvieron Ignacio Ramírez, Justo Sierra, Manuel Orozco y Berra, Guillermo Prieto, Manuel Acuña, José Peón Contreras, Manuel M. Flores y Francisco Sosa.

Altamirano apareció como director absoluto y Gonzalo Esteva como editor.

⁷ Humberto Batis. *El Renacimiento: periódico literario (México 1869)*. México, UNAM, 1969, reimpresión 1979, p. VII.

Dos tomos fueron los que conformaron a esta destacada revista. En el primero de ellos se presentaron 62 colaboradores y en el segundo se llegaron a los 70, consolidándose como una revista de varias generaciones y manteniendo un alcance nacional ya que reunió a muchos escritores de la República Mexicana sin dejar de lado a los extranjeros que vivían en el país.

Humberto Batis afirma en su libro “El Renacimiento: Periódico Literario” que esta publicación no era un revista especializada en la literatura a pesar de los escritores que participaban en ella con sus textos. “Era una revista literario-cultural, miscelánea y didáctica...Incluía ficción y poesía e informaba cuestiones de crítica, historia, arqueología, pintura, música, teatro y ediciones. El resultado fue una crónica, un espejo del panorama cultural, un registro de las producciones más notables de los géneros mencionados, sin caer... en la árida especialización... de los boletines de las sociedades científicas”.⁸

La muerte de Altamirano, después de 25 años del nacimiento de la revista, provocó que surgiera la segunda época de la publicación con nuevos escritores como Ángel de Campo, Rafael Delgado, Salvador Díaz Mirón, Joaquín Arcadio Pagaza, José López Portillo y Rojas, Manuel José Othón, Luis G. Urbina, Emilio Rabasa y Manuel Gutiérrez Nájera, la cual tenía como objetivo, al igual que la primera época, seguir difundiendo la literatura popular.

La impresión sólo vivió a la mitad del año de 1894 debido a agresiones de políticos y problemas económicos; tuvo doscientas producciones desde el 2 de enero de 1869 hasta el 24 de junio de 1894. Se imprimían mil ejemplares, había cuatrocientos suscriptores y reunió en su antología a ochenta literatos.

⁸ *Ibíd.*, p. XI.

1.2.2.2 Revista Azul

Posteriormente a El Renacimiento surgió Revista Azul, fundada en 1894 por Manuel Gutiérrez Nájera, también conocido como El Duque Job, quien comenzó una nueva etapa en las letras mexicanas y por Carlos Díaz Dufoo.

El primer número apareció el 6 de mayo de 1894; presentado con el título de “Al pie de la Escalera”, y “se editó en la tipografía de “El Partido Liberal” situada en la calle de Independencia número 11”.⁹ Aquí el discurso que dio Manuel Gutiérrez Nájera sustraído del libro de Moisés Ochoa Campos:

“En un volante azul que me envía el regente de la imprenta leo estas palabras escritas con lápiz. Falta el programa. ¡Calle! Es verdad. Ni mi amigo ni yo pensamos nunca en el programa.

“En los gobiernos parlamentarios, cada ministerio entrante presenta un programa. ¡Es de rigor! Y cada uno de esos programas, se parece a muchos otros anteriores...que jamás cumplieron los gobiernos; porque la sustancia, el alma de tales documentos es un alma de pena que sufre su purgatorio en este mundo, pasando de ministerio en ministerio y que va siempre lejos... muy distante, el cielo en que se realizan las promesas.

“¿Qué hay de común entre los programas y nosotros? ¿Tenemos acaso tiesura y traza de ministros? ¿Un programa...? ¡Yo no he tenido nunca un programa! ¿Un programa...? ¡Eso no se cumple jamás!

“Somos Carlos y yo, íntimos amigos e incurables enamorados de lo bello. Sentimos ambos la dicha de vivir porque tenemos casa, y en la casa buenos seres que amamos y buenos libros que leemos. Nos parece divinamente hermosa la naturaleza y si no la llamamos madre es porque nos da el corazón que ese nombre almo, sólo es de la divinamente santa. El arte es nuestro Príncipe y Señor, porque el arte descifra y lee en voz alta el poema vivificante de la tierra y la armonía del movimiento en el espacio. La dicha de vivir, la que conlleva el trabajo y la pena, es la que nos dice sonriendo, en días serenos: -mostradme, bella como soy, a los que no me aman porque no me conocen, a los que me conocerán y me amarán cuando, por fuerza, me despida de ellos!

⁹ M. Ochoa Campos. op. cit., p. 114.

“Y para obedecer ese mandato galanteamos la frase, repujamos el estilo, quisiéramos, como diestros bati-hojas, convertir el metal sonoro en la lengua, en tréboles vibrantes y en sutiles hojuelas lanceoladas.

“Para la `loca de la casa` no teníamos casa y por eso fundamos esta Revista. Azul...! ¿Y por qué azul? Porque en lo azul hay sol, porque en lo azul hay alas, porque en lo azul hay nubes y porque vuela a lo azul las esperanzas en bandadas. El azul no es sólo un color: es un misterio... una virginidad intacta. Y bajo el azul impasible, como la belleza antigua, brinca del tallo la flor, abriendo ávida los labios, brota el verso, como de cuerno de oro el toque de diana; y corre la prosa, a modo de ancho río, llevando cisnes y barcas de enamorados, que sólo para alejarse de la orilla se acordaron un breve instante de los remos”. El Duque Job.

La Revista Azul “fue el porta voz de una generación literaria sana, fresca, joven y valiente” cuya modernidad consistió en mantenerse en constante evolución¹⁰ y la cual se esmeró en ser “hoy como hoy; mañana de otro modo; y siempre de manera diferente”.¹¹

Esta revista se creó como “un órgano de carácter puramente literario”¹² y también significó, a decir de Porfirio Martínez Peñaloza, la libertad y la idealidad de la poesía.

Para poder imprimir el primer número, Apolinar Castillo, propietario de El Partido Liberal, concedió el tiraje correspondiente a los domingos y tuvo un precio de 12.5 centavos que era el doble de lo que valía cada número en el Partido.



Los autores modernistas, conscientes de su originalidad, se agruparon para crear tribunas de opinión y difusión, como la mexicana Revista Azul.

Enciclopedia Océano de México, vol. 3. Océano, Barcelona, 1999.

Ubicada en:

http://proxychi.baremetal.com/correodelmaestro.com/antiores/2009/diciembre/fotos/revista%20azul_opt.jpg

¹⁰ Belem Clark de Lara. El modernismo de México a través de cinco revistas. México, UNA, 2000, p. 20.

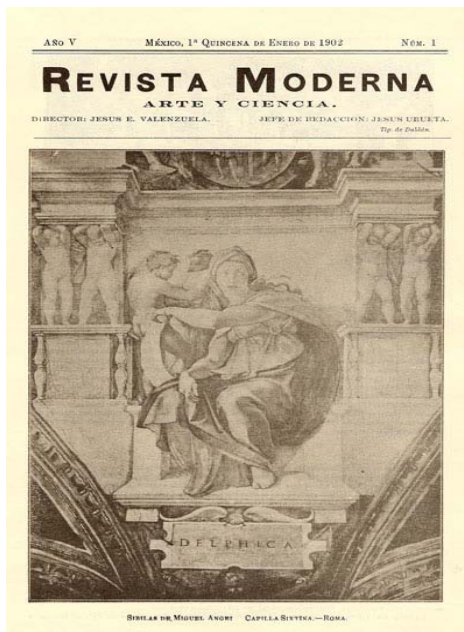
¹¹ El Duque Job. “Al pie de la escalera”. Revista Azul. Año I. Núm. 1. 6 de mayo de 1894. p. 2.

¹² B. Clark de Lara. op. cit. p. 21.

Esta revista tuvo como secretario de redacción a Luis G. Urbina, quien fuera un ilustre escritor mexicano, el cual figuró entre los grandes poetas del país por su calidad estética y madurez, así como el haber incursionado en la transición entre el romanticismo y el modernismo. Como administrador estuvo Lázaro Pavia quien fuera Diputado Federal anteriormente de llevar a cabo dicha actividad.

Esta gran publicación estuvo compuesta por cinco volúmenes que formaban un total de ciento veintiocho números semanales de dieciséis páginas en folio de dos columnas y su formato fue de 32 centímetros por 21.5 y fue pensada exclusivamente para ser el espacio de creación y de maduración de la literatura mexicana e hispanoamericana. A la muerte del Duque, el 3 de febrero de 1895, la revista continuó publicándose bajo la supervisión de Dufoo; conquistando así un espacio para la cultura hasta el 11 de octubre de 1896.

1.2.2.3 Revista Moderna



Revista Moderna. Año V. Núm. I. México. 1ra.
Quincena de enero de 1902
Foto: INAH
Ubicada en: <http://www.arts-history.mx/semanario/imagen/19042010111436>

La Revista Moderna sucedió a la Revista Azul de Gutiérrez Nájera y Díaz Dufoo. Su existencia abarcó dos etapas; que comprenden de 1898 a 1903 y de 1903 a 1911.

La primera etapa se dio a conocer por un estilo donde predominaba sin duda alguna la poesía y los autores que plasmaban sus pensamientos y textos en ella eran de la talla de Rubén M. Campos, Salvador Díaz Mirón, Amado Nervo y Rubén Darío por mencionar algunos.

A diferencia de la revista Azul, la Revista Moderna se abstuvo de comprometer una declaración de principios y en ella pudieron publicarse todo tipo de versos y textos, tal como lo expresa Jesús E. Valenzuela, director de la Revista Moderna, tomado del libro de Belem Clark:

¡Los modernistas! En la Revista Moderna, mi amada Revista, creada en la forma que hoy tiene momentos de serio olvido el país de que no sólo de pan vive el hombre, ¿qué significa R. Delgado, M. Puga y Acal, M. J. Othón, junto a J. J. Tablada, B. Couto Castillo y C. B. Ceballos, si no es esa santa comunión del arte en la que deben desaparecer las tendencias retrospectivas de los unos las impacencias precipitantes de los otros, en un divino equilibrio de belleza tan útil e imponerte como el mismo de los astros en el espacio inmenso? En la revista Moderna han podido caber desde el aquilino verso de Díaz Mirón hasta le humilde mío de ensayista, porque el telescopio y el microscopio han enormizado de tal modo el Universo con el esfuerzo cerebral del hombre, que hoy bien giran en el humano pensamiento cosas extrañas e imposibles al de las pasadas generaciones, en materia de infinitamente grandes e infinitamente pequeños. Toda la cuestión estriba en trabajar armónicamente en la dirección del ideal.

Y trabajar en la dirección del ideal no es, por cierto, seguir automáticamente la senda de Homero o Virgilio, de Bakhilides u Horacio, de Fray Luis o el marqués de Valdegamas, de Quintana o Espronceda, para no alcanzar la realización de obras como las suyas –que aun hacerlo sería poco fructífero, puesto que la obra ya fue hecha por ellos- sino dentro de la nueva corteza de conocimientos adquiridos en el transcurso del tiempo, esforzarse de veras por romperla como una crisálida para dejar libre en el espacio adquirido, o no adquirido todavía, a la joven mariposa del pensamiento, siempre sedienta de sol, amor y de miel nueva.

1.2.2.4 Revista Moderna de México

Así como la Revista Moderna sucedió a la Revista Azul, la Revista Moderna de México fue la que quedó en lugar de la Revista Moderna. Dicha revista se publicó entre septiembre de 1903 y julio de 1911 y ésta se debió someter



Cabezal de la Revista Moderna de México.

Ubicada en:

<http://orbita.starmedia.com/cignenegre/img/ruelas/ruelas.html>

(consultada el 16 de marzo del 2010).

“a los requerimientos de una prensa en plena transformación y a las zozobras de una realidad mexicana pautada por una honda crisis”.¹³

Sus objetivos fueron más allá de las áreas literarias, artísticas y científicas ya que hizo un cambio radical convirtiéndose en una publicación mensual que contenía numerosas páginas, era ilustrada y contenía las secciones antes mencionada sumándose a ellas la de sociales e informativa.

Esta publicación fue una de las más sobresalientes, pues vino a cambiar todo lo que anteriormente se conocía respecto a las publicaciones que pretendían tener un formato de revista, ya que fue la primera en contener ilustraciones. Entre sus directores propietarios estuvieron José E. Valenzuela y Amado Nervo; también colaboraba en ella Julio Ruelas que tenía como labor principal los dibujos de la misma.

La Revista Moderna de México se comenzó a imprimir en un despacho que estaba ubicado en la calle de Cordobanes, que actualmente conocemos como la calle de Donceles, en el número 2, apartado 49 Bis y posteriormente para enero de 1909 sus oficinas se trasladaron a la 5ª. Calle de las Artes, que hoy es la calle de Maestro Antonio Caso, número 84, teniendo un tiraje de 5000 ejemplares por

¹³ Belem Clark de Lara, y Fernando Curiel Defossé. Revista Moderna de México 1903-1911. México, UNAM, 2002, p. 36.

número; cada página se imprimía en dos columnas excepto cuando se trataba del género de poesía.

Su precio era mucho más caro que el de *Revista Azul* pues su número suelto costaba 60 centavos y la suscripción tuvo un valor de 3 pesos en nuestro país y 4 pesos en el extranjero.

En el penúltimo año de la revista se publicaron los hechos que trazaron el desenlace del Porfiriato y posteriormente concluyó su trabajo en el mes de julio de 1911.

1.3 Así es la revista

En el punto anterior se habló de la historia de las revistas y tocamos algunas de las más importantes en nuestro país, sin embargo, sus características han evolucionado bastante, pues anteriormente se publicaban grandes tomos que más bien tenían la apariencia de un libro y no de una revista como las que actualmente se conocen y se encuentran en el mercado.

Es por esta razón que en este apartado se tocará el tema de cómo es la revista; es decir, cuáles son las características básicas que debe tener una publicación para poder tener este nombre.

Sin embargo, antes de comenzar, hay que tomar en cuenta que las revistas “tienen una posición cada vez más débil en el mercado, presionadas por dos fuerzas extraordinarias: los periódicos...y los medios audiovisuales, en especial la televisión”.¹⁴

Algunas de las publicaciones cuentan con características específicas que las alejan del concepto de prensa comercial como pueden ser el tener sus objetivos muy concretos, ir dirigidas a lectores determinados, no estar realizadas por profesionales de la información y no contar con una gran difusión.

Además de éstas, existen otras más que podemos enlistar y mencionar. Una de ellas es que algunas publicaciones **constituyen uno de los principales instrumentos de transferencia de información** debido a que, mediante ellas se puede conocer gran diversidad de temas a través de los artículos que se publican así, la gente que los consulta comparte el contenido con otras personas y éstas a su vez con otras, haciendo que los textos como el conocimiento se difundan entre toda la población, también se pueden intercambiar puntos de vista entre los que gozan adquirirlas.

¹⁴ César Coca, y José Luis Peñalva. Modelos de los Medios de Comunicación Social. España, Universidad de País Vasco, p. 147.

La **segmentación** es otra de las características, ésta se refiere a la selección que tienen los lectores al adquirir sus revistas pues las compran con el propósito de leer sobre materias o temas de su interés; sin embargo, el público no es quien selecciona a la revista, la revista es quien escoge a su propio público, esto se debe a que cuando ésta surge se hace una definición del perfil del consumidor para saber si es certero o no hacer los gastos en esa publicación y que resulte su aparición en el mercado.

Las revistas son más **especializadas y actuales** que los libros pues tienen que estar al día con lo que se publica, ya que al consumidor lo que le interesa es estar actualizado en cuanto a información se refiere. “El lector busca una revista porque quiere encontrar un análisis de la actualidad que coincida con su manera de ver las cosas”.¹⁵

A diferencia de los libros, éstas **se especializan en un tema**. Un ejemplo para poder comprender el punto podría ser un libro de medicina donde se explican diferentes tipos de enfermedades, sin embargo existen revistas que se especializan en alguna enfermedad en particular como la diabetes, aquí podemos observar que en este caso la información que existe en la revista será más reciente y actual que en el libro aunque éste tenga poco tiempo de haberse publicado.

Otra de las características es que **se editan con frecuencia**, quizá no como el periódico pero sí más que la edición de un libro. La edición de las revistas existentes puede ser semanal, mensual, bimestral, trimestral e incluso semestral, esto depende mucho de cada una de las publicaciones o de la casa editora.

La **permanencia** es otro punto que caracteriza a las revistas pues tienen una vida muy larga debido a que se pueden adquirir, guardar y releer las veces deseadas o necesarias, ya que sus artículos son atemporales y pueden servir como referencia en cualquier momento o como una lectura de entretenimiento.

¹⁵ Ídem., p. 150.

Estas son unas de las características que tienen las revistas, pero existen otras dos categorías: **de contenido y de forma**.

Entre las de contenido encontramos la utilización de un **lenguaje claro y sencillo**, esto con el objetivo de que todo el que lea la información pueda entenderla; desde la persona más letrada hasta quien tiene estudios básicos, éste al combinarse con el **lenguaje visual** son una base importante para la buena comprensión del mensaje. Este conjunto de lenguajes trae consigo la motivación del público para hojear e interesarse por la lectura, aunque la mayoría de las veces esto no es suficiente debido a que gran parte de la población no cuenta con ese hábito.

En algunos casos las publicaciones suelen profundizar en diversos temas en mayor medida que los diarios y ocupan términos técnicos, sin embargo, se tienen que poner en el lugar de los lectores, esto implica conocer su edad y el nivel de conocimientos con los que cuentan, ya que no todos conocen el significado de algunas palabras y es por ello oportuno definir y explicar dichos términos.

Entre las características de forma se encuentran los **títulos** de los artículos que deben ser atractivos para llamar la atención del consumidor, esto tendrá mucho que ver para que el usuario de estas publicaciones acepte o rechace el producto, ya que no sirve de nada tener un artículo de interés si a simple vista no atrae la mirada de quien la adquirirá.

La **extensión de los textos** es un tema importante y esto varía de acuerdo a la edad y el nivel que tenga el lector. Por lo general las revistas que van dedicadas a niños tienen un alto contenido en imágenes más que texto a diferencia de las que van dirigidas al público adulto, sin embargo, los artículos destinados a la gente adulta también se han reducido, debido a que “el tiempo de lectura se reduce por múltiples razones. Puede tratarse de un menor tiempo de ocio, un mayor consumo de radio o televisión o una introducción progresiva de los lectores en los nuevos medios, o simplemente una combinación de todos estos factores”.¹⁶

¹⁶ *Ibíd.*, p. 154.

El **formato** es otra de las características que contienen las revistas y es que los diseñadores de ellas tienen una mayor libertad cuando deciden cómo será la publicación a diferencia de un periódico por ejemplo donde, por lo general, ya tiene específicamente el diseño de cómo se trabajará en él. Las revistas pueden ser del tamaño y formato que se considere apropiado.

La ventaja que se tiene al elaborar una revista es que las personas que las realizan “no se esfuerzan por cambiar el formato en cada número que será publicado, esto lo deciden los temas que se presentaran en ellas”.¹⁷

Otro elemento importante son las **portadas** pues son las que venden el producto al lector pues ellas son las responsables de que el público se fije o no y se interesen en los contenidos; desafortunadamente la industria que actualmente existe las ha transformado en “una firme herramienta del marketing”.¹⁸

La función comercial que tienen las revistas es vender la idea de la publicación como un todo. La portada debe de expresarle al lector que la revista trata de un tema en particular y en cada número el frente debe variar para que el lector perciba que el ejemplar es nuevo y que contiene otros contenidos al anterior.

“Independientemente de los contenidos variables que la portada pueda presentar, la pieza clave es la cabecera, el nombre y cómo se presenta”¹⁹ ya que sin duda alguna estos son los tres elementos que harán que se venda la revista.

En la actualidad podemos percatarnos de que las revistas más vendidas muestran grandes titulares con mucho color, esto se debe a que algunas revistas no pueden pagar el uso de fotografías y deben encontrar algunas alternativas para atraer la atención del público; por otro lado “se han dirigido a un público cada vez más

¹⁷ Jeremy Leslie, Nuevo Diseño de Revistas. Barcelona, Ed. Gustavo Gili, S.A., 2000, p. 10.

¹⁸ *Ibíd.*, p. 44.

¹⁹ *Ídem.*

restringido, para difundir contenidos altamente especializados, lo que ha motivado una proliferación de publicaciones...”²⁰

Por otra parte esta especialización de las revistas, aunque es extensa, no está destinada al grupo consumidor más grande de la población que son los niños, los cuáles hasta el momento se han dedicado a adquirir impresos que enriquezcan sus conocimientos, sino “impresos de entretenimiento simple y barato”.²¹

²⁰ Kathleen Tyner, y Dona Lloyd. Aprender con los medios de comunicación. Madrid, Ediciones de la Torre, 1995, p. 27.

²¹ Teófilo Huerta. La prensa infantil. México, Ed. Colofón S.A., 1994, p. 53.

1.4 Revistas y más revistas

En este gran mundo de la comunicación impresa existen muchos tipos de revistas, desde infantiles hasta para adultos; sin embargo, gran material de ellas las encontramos en la red, que actualmente se ha convertido en uno de los medios más accesibles para la población.

La clasificación es importante para poder distinguir entre la información que sirve y la que sólo está para saciar el ocio del consumidor. Existen autores que han creado su propia clasificación como Rober A. Day que clasifica a las revistas en primero, segundo y tercer nivel; este autor lo hace de esta manera, ya que se dedica únicamente a los textos científicos; sin embargo, la Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) las clasifica en “Revistas de Información, Revistas primarias, Revistas de resúmenes o secundarias y Revistas de progresos científicos o tecnológicos”.²²

Por otra parte, Luis Miguel Notario comenta en su libro *Manual para pequeñas publicaciones* que existen dos modelos de publicaciones; una es la de colaboraciones y otra la de estructura periodística. La primera consiste en realizar un trabajo que saldrá a la calle cuando se hayan recolectado suficientes colaboraciones para ser publicadas y una de las grandes ventajas de esto es que los lectores que adquieren este tipo de revistas pueden publicar sus textos. La organización de este modelo no requiere la participación de demasiadas personas. Con muy pocas se puede realizar todo el trabajo que lleva consigo la redacción, confección y edición de la publicación.

Las colaboraciones de este tipo de publicación siguen un patrón o un modelo y cada persona que participa en ella escribe sobre el tema que más le guste; ya sea música, cine, opinión, entre otros.

²² M. López Ornelas, y G. Cordero. Un intento por definir las características generales de las revistas académicas electrónicas. 2005. Razón y Palabra [en línea]. Núm 43. 17 de mayo de 2010. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/caracrevelec.pdf>

La ventaja de realizar este tipo de revista es que se necesita poca gente para poder realizar el trabajo y la variedad de contenido es infinita; desafortunadamente pocos son los colaboradores que transmiten sus textos de manera correcta; puesto que la mayoría de ellos no conocen los géneros, utilizan un lenguaje inapropiado, no ajustan el texto al espacio indicado y esto lleva a que no se pueda publicar dicho escrito o lo tengan que cortar, etcétera.

En esta investigación sólo nos basaremos en las revistas especializadas, informativas, de entretenimiento y científicas que son las que mayor demanda tienen en la actualidad.

Las publicaciones de estructura periodística tienen una forma más definida puesto que sus contenidos son específicos según la temática de la revista. Las personas que laboran en ella organizan el proyecto de principio a fin para que la revista contenga exactamente lo que al público le interesa.

1.4.1 Las especializadas

Las revistas especializadas, como su nombre lo indica, son las que abordan un tema en particular y se especializan en él; sus contenidos son de gran ayuda para las personas que se encuentran familiarizadas con lo comprendido en ellas.

Estas publicaciones se caracterizan por ser realizadas por miembros o integrantes de algunos centros de investigación, quienes se encargan de crear este tipo de revistas, pueden ser académicos, empresarios o corporaciones.

Entre la amplia gama de revistas especializadas encontramos a las revistas académicas, educativas o de investigación y científicas. Lo que es importante mencionar es que la UNESCO estableció la siguiente definición de las revistas educativas: *“...es una publicación periódica que presenta especialmente artículos científicos, escritos por autores diferentes, es información de actualidad sobre investigación y desarrollo de cualquier área de la ciencia. Tiene un nombre distintivo, se publica a intervalos regulares, por lo general varias veces al año, y*

*cada entrega está numerada o fechada consecutivamente. Su componente básico, el artículo científico, es un escrito en prosa, de regular extensión, publicado como una contribución al progreso de una ciencia o arte”.*²³

Las revistas especializadas pueden presentar novedades en investigación y desarrollo, dando detalles necesarios para comprobar la validez de los razonamientos del autor o repetir sus trabajos.

Por otra parte, han sido consideradas como la fuente primaria más importante en el sistema de comunicación de la ciencia principalmente, y su papel es fundamental en el desarrollo de las bases del conocimiento de una disciplina o profesión; también han formado parte del proceso social de producción, circulación, difusión, acceso y uso del conocimiento.

Entre las características principales que tiene una revista especializada destacan las siguientes:

- Tener aceptación y prestigio entre los lectores que la adquieren.
- Cuerpo editorial con respaldo.
- Riguroso proceso de evaluación.
- Prestigio de sus autores.
- Fácil relación autor-editor, editor-autor.
- Confiabilidad de su propuesta y de sus artículos.
- Buena continuidad, es decir permanencia en el mercado.
- Periodicidad adecuada.
- Equilibrio entre la forma y el fondo.

²³ Gabriela Eugenia Lara Torres. Las revistas académicas especializadas en las ciencias sociales. Capítulo I, México, UNAM, 2004, p. 8.

- Citas y referencias bibliográficas de los textos.
- Buena presentación gráfica.

Entre las revistas especializadas podemos encontrar principalmente a las científicas, académicas y educativas, que son las que comenzaremos a explicar a continuación.

1.4.2 La ciencia y su difusión

La actividad científica y tecnológica es trascendental en la medida en que la sociedad adquiera el conocimiento; esto se logra cuando el producto o resultados de la investigación se divulgan entre los interesados. Las publicaciones científicas son de suma importancia para los investigadores, ya que los resultados de sus investigaciones se dan a conocer mediante artículos y libros. La divulgación de la ciencia tiene la ventaja de llegar a un número grande de personas tan diversas; en este caso, para poderlo hacer “el científico debe deshacerse de todos los tecnicismos y acercarse a las frases claras y de fácil comprensión”.²⁴

Ida Regina C. Stumpf argumenta que desde el siglo XVII las revistas científicas desempeñan un importante papel en el proceso de comunicación de la ciencia. Surgieron como una evolución del sistema particular y privado de comunicación que se hacía a través de cartas entre los investigadores y de actas o memorias de reuniones científicas. No obstante, con las nuevas tecnologías electrónicas, la literatura científica sufre día a día cambios significativos, debido a que existen nuevos procedimientos de creación, distribución, archivo, acceso y nuevos mecanismos de financiación de los costos de publicación.

²⁴ Eduardo Loria Díaz. Viejos y nuevos dilemas de las Revistas Académicas. Universidad Nacional Autónoma del Estado de México, Ed. Emahaia, 2001, p. 68.

Por otra parte, Robert A. Day, especifica un su libro *Quién escribe y publica las revistas científicas* que existen tres tipos de revistas en el mundo. Las primeras son publicadas y editadas con el respaldo de asociaciones o sociedades científicas reconocidas por la comunidad internacional, éstas son probablemente las de mayor circulación; entre las cualidades principales de este tipo de asociaciones está la de no poner en riesgo la periodicidad y la aparición oportuna de las revistas que se publican, ya que el presupuesto para que éstas se distribuyan depende de las cuotas de sus socios lo que hacen que sus suscriptores paguen un bajo precio por adquirirlas.

El segundo tipo de revistas según Day son las que se editan, publican y comercializan por compañías trasnacionales y están respaldadas por grandes empresas editoriales, pero debido a que tienen altos costos de suscripción no tienen una gran circulación.

Por último tenemos a las revistas que son editadas y publicadas por instituciones públicas como universidades, museos y hospitales. La mayoría de ellas no tienen mucha difusión ni prestigio en cuanto a su calidad de contenidos, debido a que dependen de los presupuestos de dichas instituciones y de los funcionarios que las dirigen, lo que hace que su periodicidad y distribución se encuentre afectada constantemente.

En México, la mayoría de las publicaciones científicas forman parte del tercer tipo, es decir, son financiadas total o parcialmente por universidades o instituciones de educación superior e investigación, las cuales tienen recursos limitados y necesitan muchos esfuerzos para poder mantenerse vigentes, además algunas no son reconocidas a pesar de aprobar evaluaciones rigurosas.

Las revistas científicas en el mundo son evaluadas constantemente tanto por instituciones nacionales como internacionales. En nuestro país, el Consejo Nacional de la Ciencia y la Tecnología (CONACyT) es el que se encarga de realizar dicha evaluación y para hacerla creó en 1993 el Índice de Revistas Mexicanas de Investigación Científica y Tecnológica (IRMICT).

Este índice tiene beneficios muy particulares. El primero de ellos es determinar con criterios académicos, qué revistas ameritan ser financiadas, pues provee un nivel objetivo para jerarquizar el otorgamiento de recursos en función de las características de la revista, como el tipo de organismo responsable de la publicación, la periodicidad y el impacto.

El segundo beneficio es brindar a los investigadores una referencia cualitativa y objetiva para seleccionar las revistas en donde publiquen su trabajo.

Para las instituciones es un patrón externo objetivo en el que pueden auxiliarse para evaluar a sus académicos, con la garantía de que los artículos publicados pasaron por un proceso de arbitraje de nivel internacional.²⁵

El último índice se realizó en el 2009 y los requisitos que debe tener una revista para que sea considerada como científica se tomaron textualmente y son los siguientes:²⁶

²⁵ Ana María Cetto, y Octavio Alonso. Revistas científicas en América Latina. México, Fondo de Cultura Económica, 1999, p. 339.

²⁶ Índice de Revistas Criterios de Evaluación Convocatoria 2009 CONACyT [en línea]. 5 de junio del 2010. Disponible en: http://www.conacyt.gob.mx/Indice/Documents/CriteriosEvaluRICyT_v1.pdf

1.4.2.1 Contenido de las revistas científicas

Debe incluir artículos y reseñas producto de investigación con resultados originales y sujetos a un estricto arbitraje.

No deberán incluirse en los números regulares memorias de congresos. Éstas deberán publicarse en suplementos o en números especiales.

Deberán tener un mínimo de 75% por cada número difundido del total del material publicado en el año. Este requisito se evaluará de conformidad con los estándares internacionales establecidos por cada área del conocimiento.

Al menos el 60% del total de autores por cada número deberán estar adscritos a dependencias distintas a la que edita la revista. No se podrá considerar en ningún momento la medición de caracteres como un factor para determinar la apariencia científica de una publicación periódica, siendo para este fin el número de “artículos y reseñas producto de investigación con resultados originales y sujetos a un estricto arbitraje” del total publicado.

“Un artículo de investigación científica es un ejercicio de retórica. Se construye con el propósito de convencer al lector de un punto de vista particular, o al menos de comunicárselo... Las opiniones expresadas en un artículo de investigación se ven dominadas por fuerzas que no son evidentes para nadie, incluso para los propios responsables de la publicación”.²⁷

²⁷ Duncan Waite. Las revistas académicas y su impacto en los respectivos ámbitos disciplinarios. 2005. [en línea]. 11 de junio del 2010. Disponible en:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982005000200013&lng=es&nrm=iso&tlng=es

1.4.2.2 Edición y distribución de revistas científicas

a) Antigüedad

A fin de que se pueda evaluar su trayectoria y evolución, las revistas que soliciten su incorporación al Índice de Revistas Mexicanas de Investigación Científica y Tecnológica no deben ser de reciente creación.

La antigüedad mínima será de tres años de publicación ininterrumpida. En el caso de las revistas electrónicas deberán estar disponibles en línea con la misma antigüedad.

b) Periodicidad y puntualidad

Debe ser semestral para garantizar que el contenido resulte oportuno y actualizado. Los anuarios serán excepcionalmente considerados bajo este criterio, tomando en cuenta que se tienen que cubrir todos los requisitos que se aplican para todas las revistas.

La publicación de la revista debe ser ininterrumpida y sin retraso según la periodicidad establecida y la fecha de aparición especificada en la portada.

No se aceptará que con un solo número se cubran todos los correspondientes a un volumen o un año (según sea el caso).

Para las revistas electrónicas se debe hacer explícita la periodicidad de publicación en la página descriptiva y sus características de publicación.

c) Distribución

La revista debe ser distribuida nacional e internacionalmente.

Anexar estadística de distribución. Si la revista es electrónica deberá encontrarse en internet, no en una red interna o intranet y debe contar con un análisis por número de accesos o descargas de artículos (en formatos txt, rtf, doc o pdf) que incluyan número de visitantes y países de origen.

Además de que dichos análisis deben de estar a disposición de los usuarios.

1.4.2.3 Aspectos formales

a) Estructura de los artículos

Cada artículo de la revista incluirá un resumen, palabras clave, las fechas de recepción y aceptación y la dirección institucional de los autores.

La revista deberá publicar el resumen de cada artículo en español y en inglés.

b) Elementos que debe contener la revista

- **Portada.**- Título de la publicación, Fecha de aparición, ISSN, Volumen y número.
- **Contraportada.**- Nombre(s) del o los editores, comité editorial y/o consejo editorial.
- **Índice o Tabla de contenido.**
- **Colofón.**- Información sobre la fecha de impresión y el tiraje.
- **Instrucciones para los autores.** Para el caso de las revistas electrónicas, toda esta información deberá encontrarse en la página de inicio.

c) Otros elementos

La revista deberá demostrar su visibilidad internacional registrándose en índices y resúmenes.

Las revistas deberán estar registradas en los índices y resúmenes internacionales relevantes de su especialidad, en su caso comprobar haber iniciado los trámites para su registro.

La lista de índices y resúmenes donde está registrada la revista deberá aparecer en un lugar visible.

Aunque una revista científica haya sido aceptada e incluida en el IRMICT no significa que es la única evaluación por la que tiene que pasar; la siguiente la realiza el Sistema Nacional de Investigadores (SNI), organismo que pertenece al propio CONACYT.

Sin embargo, “el propio SNI no reconoce a las avaladas por el CONACYT como revistas de calidad...y no han sido aceptadas como tales. Debido a lo anterior los investigadores no tienen el deseo de publicar los resultados de su actividad científica en publicaciones nacionales”.²⁸

Exponer los resultados de las investigaciones en revistas permite que se pongan en evidencia los posibles errores previos; esto con el afán no sólo de aportar el conocimiento, sino también de redefinir el que ya existe; así que las revistas llegan a un gran número de investigadores en todo el mundo, dado que son consultadas constantemente como medios de documentación y actualización; se depositan en una hemeroteca, donde están a disposición de los interesados o llegan directamente a los científicos suscritos a la publicación.

En esta clase de revistas las ideas están expresadas con base en un método y resultados explícitos; además, el autor aparece como responsable del escrito.

²⁸ E. Loria Díaz. op. cit. P. 28.

1.4.3 Las revistas... ¿informan?

El concepto que normalmente tenemos de las revistas en general es el de entretenernos y claro está que la mayoría de ellas se dedican a hacerlo, debido a que el mercado se ha encargado de darles mayor difusión que a otras.

Por otra parte, el público consumidor de las publicaciones no tiene conocimiento de la existencia de otro tipo de revistas con temas científicos, culturales y académicos; sin embargo, no es que la gente no tenga del todo el conocimiento de ellas, sino que este tipo de publicaciones tienen un círculo muy pequeño donde solamente personas con estudios superiores o especializadas tiene interés y acceso a ellas.

Entre la amplia gama de revistas existentes encontramos a las informativas que se preocupan principalmente por “publicar noticias, la actualidad del sector social, entrevistas, reportajes de profundidad y artículos de opinión”.²⁹ Enrique Montes García, jefe de información de la revista **Siempre*** afirma que la característica fundamental de las revistas informativas radica en el contenido de los temas que aborda, ya sean análisis de colaboradores, editoriales, periodistas que analizan temas de presidencia, economía y los acontecimientos sociales que estén en el momento, es decir que, una revista informativa hace un análisis de un hecho noticioso, pero ¿qué es la información para la sociedad?

Según la Real Academia de la Lengua Española, la información es la comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar lo que se posee sobre una materia determinada.

²⁹ Atrium Prestigio Tangible. Revistas informativas, Revistas Comerciales. 27 de agosto del 2007. [en línea]. 3 de junio del 2010. Disponible en: <http://atriummedia.blogspot.com/search/label/revistas%20especializadas>

*Semanario político de mayor tradición en México desde la década de los 50 que aborda la política contemporánea de nuestro país.

Mediante las revistas, este conocimiento se expresa a través de la palabra escrita que permanece impresa de tal manera que es posible volverla a leer cuantas veces sea necesaria. “Si el lector no comprende un párrafo o se distrajo puede retomar el “hilo” de la lectura con el fin de captar, entender y analizar el contenido”.³⁰ En los medios impresos como en las revistas informativas es posible hacer razonamientos, así como la reflexión y que los lectores los asimilen debido a que, como anteriormente se comentaba, permiten la relectura y la información se digiere con mayor facilidad.

Sin embargo, la información que se encuentra en las diferentes publicaciones está un poco limitada, pues va dirigida a una minoría de la población debido al analfabetismo o al poco interés de la gente, por otra parte las revistas se imprimen principalmente con fines publicitarios y no porque la información atraiga al lector.

Las revistas informativas, también suelen ser publicaciones de divulgación. Se cree que cuando se habla de divulgación se habla de un concepto relativamente exclusivo al campo científico y no es así, ya que el término se refiere a “publicar, extender o poner al alcance del público una cosa”³¹ y esto también se puede hacer con la información. A lo que se refiere este concepto es que la divulgación es una acción que intenta acercar o vencer una distancia para facilitar la comunicación y ésta puede ser geográfica, lingüística, psicológica, cultural o de cualquier otro tipo.

La divulgación cumple seis funciones principales: la **informativa**, la **educativa**, la **social**, la **cultural** y la **económica**. La primera pretende dar a conocer con los mensajes hechos e informaciones que permitan al ciudadano enterarse de las novedades en un determinado ámbito temático; sin embargo, las revistas informativas no dan a conocer un tema en específico, más bien tratan muchos temas en general.

³⁰ Carlos Warner Echegaray. Déjame que te cuente. Los géneros periodísticos y su ética profesional. España, Ed. Trillar, 1992, p. 14.

³¹ Javier Fernández del Moral. Periodismo especializado. España, Ariel, 2004, p. 171.

La segunda función de la divulgación pretende que los medios puedan convertirse en importantes complementos para la enseñanza educativa formal. La divulgación no busca reemplazar a la escuela, simplemente busca servir a ésta en sus fines.

La tercera que es la función social debe hacerse teniendo en cuenta, los intereses, las aspiraciones y los problemas de la comunidad y convertirse en instrumento e intérprete de sus expectativas, además debe propiciar el debate y la participación. Este punto pocas veces se da en las revistas informativas puesto que las personas que las adquieren se convierten en receptoras pasivas, es decir, solamente reciben la información y son pocas las que transmiten la misma.

La cuarta función es la cultural, en ésta la divulgación busca acercar el conocimiento para enriquecer al individuo; se hace en función al receptor y para su beneficio.

Y por último está la función económica, ésta se lleva a cabo no sólo en las revistas informativas sino en todas. Muchas muestran publicidad de todo tipo de productos, sin embargo, las revistas informativas tratan de publicar eventos culturales, ciencia, o arte para que el público asista y conozca sobre los eventos que se realizan en la región donde se publican o en el país.

Las revistas informativas son universales; esta universalidad “brota principalmente del interés humano”.³² Bajo lo antes mencionado, Dovifat señaló la universalidad de la información como la “adaptación de los intereses de gente muy distinta”.³³

Así podemos percatarnos de que las revistas informativas tienen su razón de ser a partir de que la gente se interesa en los diferentes temas que tienen que ver con su entorno.

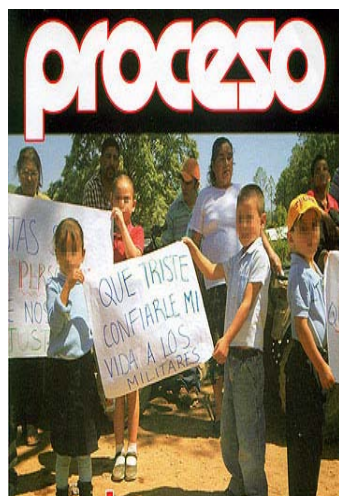
³² Raúl Rivadeneira Prada. Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación. México, Trillas, 2004, p. 38.

³³ Emil Dovifat. Periodismo. Tomo I. México, UTEAH, 1964, p. 9.

Tradicionalmente México ha tenido buena aceptación de las revistas de este tipo y la historia del periodismo mexicano es rico en este tipo de publicaciones, sobre todo en las culturales y en el



Portada de la revista Siempre! fundada por José Pagés Llargo



Portada Revista Proceso. Obtenida de: <http://www.sipaz.org/imagral/proceso.jpg> (consultada el 13 de junio del 2010).

siglo XX han sido muy sobresalientes las de carácter político, entre ellas destacan la revista **Siempre, Presencia de México, Proceso y Nexos.**

Con esto podemos ver que en la actualidad la sociedad no sólo adquieren periódicos para estar informados, también adquieren revistas que muestran artículos que los mantienen al día de lo que pasa en el mundo.

1.4.4 Las revistas como entretenimiento

Las revistas de entretenimiento son las que más se pueden encontrar en los puestos de periódicos debido a que son las de mayor consumo por la población en nuestro país. En cualquier lado las podemos ver, centros comerciales, estéticas o restaurantes. Pero lo primero que tenemos que saber es ¿Qué es el entretenimiento o cómo podemos identificar el género de entretenimiento?

El periodismo impreso también tiene la función básica de brindar esparcimiento a sus lectores y este esparcimiento o diversión son necesidades humanas cuyas raíces “penetran en la psicología profunda y en la psicología social”.³⁴

³⁴ R. Rivadeneira Prada. op. cit. p. 249.

El diccionario de la Real Academia Española define al entretenimiento como el acto y efecto de entretener y esto a su vez significa divertir. El Diccionario de psicología dice que el entretenimiento es la tendencia a la evasión y ésta es la actitud que tiende a la huida que un individuo puede tomar frente a ciertas situaciones.

Actualmente para el entretenimiento de los lectores se publican crucigramas, horóscopos, tiras cómicas, cuentos cortos, notas de sociedad, chismes y a veces algunas notas deportivas, etcétera.

Desde el punto de vista del existencialismo, “la sociedad de masas es una monstruosa complejidad de individuos solitarios a los que la variedad de presiones les impide realizar sus capacidades de elección para adquirir el modo de vida que consideren apropiado”,³⁵ es por esta razón que América Torres, editora en jefe de las revistas Cartoon Network y Barney, afirma que las revistas de chismes son las más consumidas en nuestro país; ellas cumplen con la misión de divertir y entretener y asegura que “las revistas tiene que ser un lugar ficticio por eso es que siempre se ven en las portadas una mujer guapa, sin celulitis, sin problemas y con dinero porque justamente el público que las consume es aspiracional y lo que la gente necesita es evadirse, entonces que mejor que meterse en la vida de otros, por eso es que este tipo de revistas son las que mejor se venden.

La comunicación puede ser considerada como algo más que la información o la transmisión de mensajes, es sobre todo la identificación de sí mismo y en las relaciones con los demás y esta comunión es la que ofrecen las revistas de entretenimiento en nuestra sociedad.

Entre las publicaciones de entretenimiento podemos encontrar tiras cómicas e historietas que son relatos visualizados de una secuencia cronológica que necesita de muchos encuadres, que pinta diversas situaciones en que se comprometen los protagonistas.

³⁵ *Ibíd.*, p. 250.

Las historietas fueron consideradas por mucho tiempo como un “subproducto cultural”,³⁶ lo que si es que hoy día son un producto muy consumido principalmente por los jóvenes.

En nuestro país, la historieta surgió como una estrategia publicitaria; Esther López Portillo escribe qué sucedió cuando en 1880 una tabacalera ilustró las cajetillas con una serie a la que llamaron “*Historia de una mujer*” de 102 litografías elaboradas por un artista catalán llamado Eusebio Planas.

Para el siglo XX diversos semanarios las publicaban en espacios fijos y después se fueron creando individualmente. En un primer momento la historieta encantó a los mexicanos al grado que hoy, de acuerdo con Adriana Malvido, nuestro país se ha convertido en el mayor productor y consumidor, más que los mangas japoneses o los comics de superhéroes estadounidenses.

Por otra parte, la tira cómica no necesita más elemento que una secuencia muy limitada a la situación concreta que le da sentido. La historieta si precisa una secuencia más larga, por eso mismo requiere de elementos narrativos y diálogos extensos.

Otra diferencia muy marcada es que las tiras cómicas son casi siempre humorísticas en todas sus variantes, pero las historietas son mitológicas, políticas, de ciencia ficción, realistas o románticas.

Así mismo, las publicaciones de entretenimiento más vendidas en nuestro país son las que están dedicadas a las mujeres, esto se debe a que el público consumidor se siente identificado con ellas por los temas que tratan y exponen.

Si observamos un poco a nuestro alrededor podemos ver que las ediciones de mayor circulación son las de entretenimiento y esto se debe a que en la actualidad todas las empresas buscan vender y que mejor forma de hacerlo que en revistas populares donde el público es susceptible a estos anuncios, además las personas

³⁶ Antonio Remesar. Tecleando sobre Carlos Giménez. “Un hombre, mil imágenes”, Núm. 1, Norma Editorial, 1982, p. 40.

buscan en ellas distraerse, claro ejemplo lo podemos encontrar en cualquier vagón del metro o por qué no en los camiones donde las personas adquieren una revista para entretenerse en el camino.

1.4.5 Publicar para educar. Revistas educativas

Uno de los problemas que la mayoría de los países presenta es la educación y México no es la excepción; aunque el gobierno ha trabajado por erradicar el analfabetismo y educar a la población, los índices siguen siendo altos; sin embargo, los medios de comunicación juegan una parte importante en la formación de los individuos.

En la actualidad estos medios masivos muestran una enorme influencia en la sociedad como formadores culturales, ya que influyen en gran medida en las ideas, hábitos y costumbres de los individuos, sin embargo, Lourdes Mondragón Padrero, en su ensayo *Educación y medios masivos de comunicación, un punto de vista* asegura que "la educación en las últimas décadas pareciera uno de los renglones en donde se observa un desfase significativo, pues se sigue haciendo del acto educativo una manera de transmisión del conocimiento, aun cuando las orientaciones teóricas contemporáneas en el terreno de la pedagogía invitan al docente a optar por otra manera de concebir el proceso de enseñanza aprendizaje";³⁷ es así como la sociedad también va evolucionando en su forma de adquirir el conocimiento.

Los medios no sólo influyen en la educación presencial, que como su nombre lo dice el alumno debe estar en el aula de clases, sino también en la educación a distancia, uno de estos medios es el impreso que ha sido el soporte original de este tipo de educación. Las publicaciones que se utilizan en la educación a distancia abarcan un campo muy amplio en las que sobresalen las guías de

³⁷ Lourdes G. Mondragón Padrero. *Educación y medios masivos de comunicación, un punto de vista*. 2000. [en línea]. 9 de junio del 2010. Disponible en: <http://www.unidad094.upn.mx/revista/40/edumasi.htm>

estudio, bibliografías, antologías, textos y manuales; por ello, la tecnología ha crecido de tal manera que las publicaciones se han visto sustituidas por los medios digitales, esto se debe “principalmente a la simplificación logística de su entrega y a la facilidad de uso o a la eficacia de los términos de búsqueda de significados o a la facilidad de actualización de la misma información”.³⁸

A pesar del crecimiento de la tecnología, las publicaciones educativas aún continúan con su distribución, aunque en menor cantidad a diferencia de las de entretenimiento.

Para comenzar a hablar de las revistas educativas primero tenemos que comenzar por su significado. La Maestra Irma Leticia Moreno Gutiérrez, investigadora del Instituto Superior de Ciencias de la Educación del Estado de México (ISCEEM) las define en el diccionario de términos de la UNAM como publicaciones periódicas que contienen temas educativos, es decir, que constituyen un importante medio difusor de las ideas en torno a la formación del niño, al quehacer educativo en el aula, al papel educador de la familia, entre otros. Los principales destinatarios de estas publicaciones son los niños, los maestros y educadores, y la familia en general. Además sirven como material de lectura informal y algunas veces son llevadas al espacio de la escuela.

Por otra parte, este tipo de revistas también se pueden definir como un conjunto de publicaciones periódicas realizadas generalmente por instituciones académicas donde el contenido es aportado de manera independiente por varios autores. Este término incluye textos y monografías aun cuando éstos sean revisados o reeditados de manera periódica.

Sin embargo, la Dra. Marcela Terrazas, Investigadora de tiempo completo en el Instituto de Investigaciones Históricas de la UNAM y editora de la Revista Estudios

³⁸ Dr. Alejandro Pisanty. Dos taxonomías de los medios técnicos para la educación a distancia. Revista Digital Universitaria. 31 de marzo del 2000. Vol. 1. Núm. 0. [en línea]. 9 de junio del 2010. Disponible en: <http://www.revista.unam.mx/vol.0/art2/medios.html>

de Historia Moderna y Contemporánea de México las define de la siguiente manera:

“Son órganos de difusión que contienen trabajos especializados para estudiantes, especialistas y eruditos de alguna materia en específico, las cuales dan a conocer los avances más recientes de cualquier investigación”.

No obstante todas las revistas tienen una función en la formación de las personas, como lo menciona la Dra. Terrazas, ya sean educativas o de otro tipo, todas aportan un granito de arena para la formación de alumnos, profesores y por qué no nuevos eruditos de algún tema en especial, ya que en la actualidad el alumno en formación tiene que estar al día en las publicaciones y en la información utilizada para su desempeño académico.

Como las revistas educativas existentes son muchas se han creado bases de datos. La Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) ha jugado hasta ahora un papel importante en la identificación, compilación y difusión de publicaciones mexicanas y latinoamericanas de carácter académico. Entre sus acciones al respecto destacó la creación de dos bases de datos dedicadas a difundir una selección de éstas en todas las áreas de conocimiento.³⁹

Una de las bases de datos fue la denominada CLASE que son Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades. Fue creada en 1975 como un servicio de información bibliográfico dedicado a analizar y difundir los contenidos de los documentos.

En ella se agregan alrededor de 10 mil textos al año y ofrece aproximadamente 270 mil registros bibliográficos de artículos, ensayos, reseñas de libro, revisiones

³⁹ *Ibíd.*, p. 70.

bibliográficas, notas breves, editoriales, biografías, entrevistas, estadísticas y otros datos publicados en casi 1500 revistas de América Latina y el Caribe.⁴⁰

Años después se creó en 1978 PERIÓDICA que es un índice de revistas latinoamericanas en ciencias que cubrió la parte que faltaba: documentos publicados en revistas latinoamericanas especializadas en ciencias y tecnología. Al igual que CLASE, también se agregan 10 mil textos al año; sin embargo, esta base de datos cuenta con 5 mil registros biográficos menos, es decir 265 mil y éstos son artículos originales, informes técnicos, estudios de caso, estadísticas y otros documentos especializados.

Tanto el CONACyT como CLASE y PERIÓDICA cuentan con un comité que evalúa las revistas que formarán parte de estas bases de datos. Los criterios para seleccionarlas son los siguientes:⁴¹

Criterios de normalización editorial

Deberán observar normas técnicas, nacionales o internacionales, que apoyan la transferencia de datos y facilitan su registro, ya que proporcionan información única, suficiente y confiable relativa al historial de cada revista. Dentro de este grupo se valora que se proporcione tanto los datos del editor o responsable de la revista como los del organismo responsable de su edición; el registro ISSN; la mención de periodicidad; el membrete bibliográfico en la portada en páginas de presentación y en los documentos mismos, entre otros criterios.

Criterios de gestión y visibilidad

Este grupo de criterios permite conocer cómo es administrada la revista, qué tan estable ha sido y cuánto se difunde. Se valora que se mencione su objetivo, cobertura temática y público al que va dirigida; cumpla con su periodicidad;

⁴⁰ Índice de Revistas Latinoamericanas en Ciencias PERIÓDICA. [en línea]. 9 de junio del 2010. Disponible en: http://132.248.9.1:8991/F/ALMQKAN8ME1K6GEUL8RC6YDQD241EH9151DBVBXUK1UP7RT656-02241?func=file&file_name=base-info

⁴¹ Ídem.

cuenta con un consejo o comité editorial y que sus integrantes provengan de instituciones diversas; se haga mención del tipo de arbitraje aplicado a los documentos; se proporcionen las fechas de recepción y aceptación de los documentos e incluyan instrucciones a los autores, entre otros.

En cuanto a su visibilidad, se toma en cuenta que la revista esté cubierta por otras bases de datos o servicios de información e indique sus mecanismos de distribución, incluyendo versiones electrónicas disponibles en Internet u otros formatos.

Criterios de contenidos para el índice

Se trata de criterios que el analista de información utiliza para describir bibliográficamente los contenidos. Aquí son considerados los que tienen que ver con la inclusión de resúmenes, palabras clave o descriptores; referencias o citas bibliográficas, así como la adscripción de los autores, elementos que se requieren para efectos de indización en las bases de datos. Asimismo, se cuantifica la proporción de documentos indizables: artículos originales, artículos de revisión, ensayos, informes técnicos, comunicaciones cortas, reseñas de libro, revisiones bibliográficas, entrevistas y estadísticas, entre otros.

Actualmente estas bases de recopilación se pueden encontrar en la página de Internet <http://www.dgbiblio.unam.mx>, de forma gratuita y con una actualización diaria, pero también se puede consultar de manera física en la Hemeroteca Latinoamericana de la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM.

Con la creación de estas bases de datos se puede observar que las revistas educativas mexicanas “han aumentado la visibilidad y el mejor conocimiento de sus publicaciones, de sus contenidos y de quien en ellas escriben”.⁴²

⁴² E. Loria, op. cit. p. 130.

1.5 ¿Sí o no a las revistas?

Todos los medios de comunicación tienen ventajas y desventajas sin excepción y las revistas por ser un medio impreso también tienen sus pros y sus contras.

Entre las ventajas que tienen las publicaciones destacan las siguientes:

La principal, es que tienen una vida prolongada, éstas se conservan en el hogar o en la oficina y se coleccionan cuando son técnicas o especializadas por los artículos que en ellas se pueden encontrar.

Generalmente, tienen una gran calidad en impresión y en papel para poder “resaltar los colores y la buena reproducción de las fotos”⁴³, por lo que en algunas de ellas su costo es excesivo; sin embargo, en la actualidad, la mayoría de estos fascículos ya se encuentran en Internet y la mayoría de las veces se pueden ver los contenidos completos; por lo tanto ya no es necesario realizar el gasto para obtenerlas de forma impresa.

Este tipo de medio tiene la ventaja de que están muy bien segmentadas para cada tipo de público: mujeres, ejecutivos, académicos, jóvenes, niños, etc.; por lo tanto también se dividen en diversos grupos económicos. Una persona puede dirigirse al grupo específico que le convenga o que más le guste. “El equipo creativo puede utilizar un tono o un lenguaje para conquistar a dicho sector”.⁴⁴

Por otra parte se pueden alcanzar diferentes sectores del grupo al que van dirigidas, gracias a las diferentes secciones que se manejan en las revistas, ya sean deportes, espectáculos, moda, cultura, ciencia, tecnología, etc., es decir que

⁴³ Diana Fontanez. *La estrategia de la publicidad, ventajas y desventajas de los medios*. 2005. [en línea]. 16 de julio del 2010. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/canales5/comerciohispano/112.htm>

⁴⁴ The Box Desing Studio. El Blog. *Ventajas y desventajas de publicitarse en una revista*. 2008. [en línea]. 9 de julio del 2010. Disponible en: <http://blogpyc.wordpress.com/2008/05/22/ventajas-y-desventajas-de-publicitarse-en-una-revista/>

“tienen su reputación propia... Y esta reputación puede reflejarse en los anunciantes de la publicación”.⁴⁵

Por su diseño y formato, las revistas son más flexibles, los anuncios, como ya lo había mencionado anteriormente, pueden contener muchos colores o muestras gratis; incluso pueden tener piezas que se mueven.

Es importante mencionar que las revistas acercan a la lectura y esto se debe a que la mayoría de la población no lee. Los periódicos sirven para informar de cosas serias y aunque algunas revistas también lo hacen, éstas son una manera más ligera de acercarse un poco a la lectura; quizá no son la mejor manera de ampliar los horizontes de una persona, pero si la publicación está bien hecha puede despertar la imaginación y la curiosidad.

Una de las grandes ventajas es que invitan al público lector a la reflexión; sin embargo, por otro lado una desventaja es que generalmente los medios impresos están en un terreno desfavorable con otros medios como la radio, la televisión y mucho más con el internet, ya que en palabras del Lic. García, jefe de información de la revista *Siempre!*, en este momento una noticia la da la radio, posteriormente la televisión y después las páginas de internet y el medio impreso lo hace hasta el día siguiente y una revista una semana o un mes después.

Así, las desventajas no tendrían que verse como algo negativo, más bien son medios diferentes con tecnologías diversas y con formas de trabajo variadas. Las revistas no deberían de sentirse menos ante la falta de información inmediata, pero a diferencia de otros medios ellas pueden ofrecer la información con mayor precisión, es decir, que esta investigación tiene una gran profundidad al abordar temas de la agenda político-social.

Una realidad es que en la actualidad la aceptación por los medios impresos es muy poca sobre todo por las nuevas generaciones que no son culpables, sino es el resultado del mismo crecimiento de las nuevas tecnologías, que los han orillado

⁴⁵ Diana Fontanez. *op. cit.*

a alejarse de ellas, porque encontrar la información en internet es más sencillo que en un libro o en una revista.

El internet, dice América Torres de *Cartoon Network*, no va a remplazar a las revistas, más bien los dos se complementan para ampliar la información. Son medios complementarios que ofrecen muchas ventajas dependiendo de las necesidades del público.

Enrique García afirma que hay quienes dicen que el futuro de los medios impresos es negro, si no es que apocalíptico, hay quienes señalan que están destinados a desaparecer no sólo en México, sino en todo el mundo, por la aparición de las nuevas tecnologías y a ciencia cierta nadie sabe cómo va a ser el futuro de la información a través de internet.

Lo que sí es un hecho es que en este momento internet no es rentable y una empresa exclusivamente dedicada a este medio no le dará muchas ganancias si sólo se dedica a él; por ejemplo las grandes revistas o periódicos como el New York Times tiene una página de internet y ésta se sostiene por el fascículo impreso y hoy día ningún medio impreso va a dejar de lado sus publicaciones y dedicarse solamente al número en la red.

CAPÍTULO II

LA REVISTA EDUCATIVA

Capítulo II

La Revista Educativa

2.1 Así comienzan

Hablar de revistas educativas en nuestro país podría resultar un tema complejo debido a que este tipo de publicaciones no se hacen cotidianamente; esto no quiere decir que no existan, al contrario hay muchas que se interesan por el desarrollo intelectual y físico de los individuos y constantemente realizan investigación educativa para poder reproducir y compartir el conocimiento; pero ¿qué es la investigación educativa?

La Investigación Educativa es “una actividad científica, sistemática, controlada, empírica y objetiva, la cual posee los atributos de método científico y su objeto básico debe ser aportar explicaciones razonables de los hechos o fenómenos estudiados a fin de contribuir a la creación de un cuerpo coherente de conocimientos, es decir, que debe proponerse y producir información necesaria para introducir mejoras a la educación”.¹

En México esta Investigación Educativa “se inició dentro de instituciones académicas. Los primeros estudios realizados fueron de pedagogía y didáctica, creados por dos tipos de instituciones: aquellas establecidas para atender la formación docente, como algunas escuelas normales públicas, y la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México quien fue la primera institución que se ocupó de la formación profesional en pedagogía”.²

¹ Leonor Buendía, Daniel González, y Teresa Pozo. Temas fundamentales de la Investigación Educativa. Madrid, La Muralla S.A., 2004, p. 63.

² Norma Georgina Gutiérrez Serrano. Comunidades especializadas en investigación educativa en México. Revista Cultura y Comunicaciones Sociales. Año 1. Núm. 1. Septiembre 206. p. 164 [en línea]. 30 de julio del 2010. Disponible en: <http://www.culturayrs.org.mx/revista/num1/gutierrez.htm>

Posteriormente se crearon instituciones académicas que tenían la misión de desarrollar investigación educativa como tarea principal; “un primer antecedente en esta línea fue el Instituto Nacional de Pedagogía que surgió como dependencia de la Secretaría de Educación Pública (SEP) en el año de 1936”;³ este instituto mantuvo una tendencia médico pedagógica y psicométrica en el desarrollo de sus trabajos.

Al comenzar a realizarse la investigación educativa en nuestro país, se empezaron a formar diversos Centros dedicados a esta tarea entre ellos se encuentran el **Centro de Estudios Educativos A.C.**, el **Departamento de Investigaciones Educativas del Centro de Investigaciones y Estudios Avanzados** y el **Consejo Mexicano de Investigación Educativa**; mismos que se convirtieron en centros que lograron⁴:

- Crear profesionales de tiempo completo con un contrato para desempeñar labores de investigación educativa en México.
- Convertirse en una referencia de especialistas de educación, de la política educativa y de la opinión pública en general.
- Editar publicaciones especializadas.
- Formar especialistas en el campo educativo.
- Desarrollar distintas propuestas teórico metodológicas de investigación educativa con reconocimiento a nivel nacional.

³ Ídem.

⁴ Ibídem., p. 165.

Centro de Estudios Educativos A.C.

Este Centro se fundó en el año de 1963 y es una institución académica sin fines de lucro que está comprometida con la búsqueda y promoción de la justicia, la libertad y la democracia a través de la educación.

La temática que los identifica es la relación entre educación y justicia social. La gran mayoría de sus investigaciones se han centrado en la educación que reciben los sectores menos beneficiados del país y en las modalidades educativas que más directamente los benefician; es decir la educación básica.

A mediados de los 60 las investigaciones se orientaron hacia la educación no formal de adultos, realizando evaluaciones de programas innovadores en zonas rurales, asimismo, desarrollando sistemas alternativos educativos para regiones o comunidades específicas.

A partir de los años 80 realizaron proyectos de intervención directa con maestros en zonas marginadas de educación comunitaria integral.

En los últimos años han seguido desarrollando algunas de las líneas tradicionales y parcialmente han intensificado las actividades de consultoría y desarrollo educativo, tanto con instituciones de sector gubernamental como con instituciones del sector civil, con el propósito de contribuir a la vinculación entre el conocimiento y acción política y social.

Este centro cuenta con una revista “conocida durante sus primeros ocho años como *Revista del Centro de Estudios Educativos*”⁵ y se ha publicado ininterrumpidamente desde 1971. Actualmente su nombre ha cambiado por *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos* y se caracteriza por ser una publicación abierta a las diversas temáticas y a la multiplicidad de posturas,

⁵ Centro de Estudios Educativos [en línea]. 1 de agosto del 2010. Disponible en: <http://www.cee.edu.mx/inicio/cee.html>

enfoques teóricos y propuestas metodológicas, con la única condición del propio rigor del trabajo intelectual de calidad.

La revista está incluida en los principales índices especializados, aparece trimestralmente y se distribuye por suscripción, canje, venta directa al público y a través de agencias nacionales de América Latina, Europa y Asia. En www.redalyc.com puede consultarse los últimos años en una versión de texto completo.

Departamento de Investigaciones Educativas del Centro de Investigaciones y Estudios Avanzados.

Éste se fundó en 1971 en el marco de un creciente interés nacional por la investigación educativa y “su antecedente fue la elaboración de los nuevos textos de enseñanza a nivel primaria que abarcó el periodo de 1971 a 1980”.⁶

Entre las principales actividades que desarrolla están la investigación, la enseñanza a nivel posgrado y la difusión. Todas ellas están vinculada al sector educativo y se vierten en estudios para instituciones oficiales como la SEP, el CONACyT, así mismo, otras agencias son financiadas por diversas instituciones no gubernamentales como la UNESCO.

Este departamento también cuenta con publicaciones, donde se elaboran desde documentos del Departamento de Investigaciones Educativas hasta tesis de Maestría y Doctorado. “Inicialmente sólo se publicaban en papel y posteriormente se introdujo la modalidad de videos y en la actualidad también se hacen en CD”.⁷ La revista que difunde el Centro de investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional (CINVESTAV-IPN) lleva por nombre *Avance* y

⁶ Departamento de Investigaciones del Centro de Investigaciones y Estudios Avanzados [en línea]. 1 de agosto del 2010. Disponible en: <http://www.cinvestav.mx/die/present/presentacion.html>

⁷ Ídem.

Perspectiva, esta publicación es trimestral y está dedicada a la difusión y divulgación de la actividad científica y de la vida académica del centro.

En la actualidad los proyectos que realiza el Departamento se agrupan en torno al “aprendizaje y desarrollo de la lengua escrita, didáctica de las matemáticas, estudios de las relaciones entre escuela y comunidad investigación sociológica y de política educativa e historia de la educación en México”.⁸

Consejo Mexicano de la Investigación Educativa A. C.

Este Consejo es una asociación civil que se fundó “el 23 de septiembre de 1993, mismo que reúne a investigadores profesionales de todo el país con el objetivo de promover la investigación educativa”.⁹

Los objetivos de esta Asociación son los siguientes:

- Promover la creación, acumulación y difusión de conocimientos referidos a la educación.
- Promover la formación e interacción de redes y grupos de trabajo orientados hacia el desarrollo disciplinario, interdisciplinario y temático de la investigación.
- Fomentar el desarrollo de la investigación educativa en las diferentes entidades federativas del país.
- Promover las acciones tendientes a la formación de investigadores, su perfeccionamiento y actualización.

⁸ Ídem.

⁹ Consejo Mexicano de la Investigación Educativa A. C. [en línea]. 2 de agosto del 2010. Disponible en: http://www.comie.org.mx/doc/portal/comie/historia/curriculum_comie_2010.pdf

- Promover entre los investigadores la innovación y utilización de diversos recursos para la investigación, como son publicaciones, redes de información y bancos de datos.
- Promover y organizar toda clase de encuentros y eventos académicos orientados hacia la comunicación y discusión entre investigadores, así como la difusión de conocimientos hacia sectores interesados en la temática educativa.
- Promover y realizar investigaciones relacionadas con los fines anteriores y, en particular, estudios sobre investigación y desarrollo educativo, así como sobre formación y políticas educativas.
- Propiciar relaciones con otros organismos y con asociaciones científicas nacionales e internacionales y fungir como enlace de la comunidad de investigadores educativos frente a éstas.
- Pronunciarse sobre temas educativos de interés para la comunidad de investigadores educativos, particularmente los que atañen a su trabajo profesional.
- Fomentar la difusión de conocimientos, acontecimientos, planteamientos y experiencias relacionados con los puntos anteriores, así como editar y distribuir los materiales que considere pertinentes.

Entre sus publicaciones destaca la Revista Mexicana de Investigación Educativa que es una publicación trimestral en la que “se realizan artículos de investigación y aportes de discusión de problemas educativos dando prioridad a los temas que competen a México y América Latina y sus objetivos principales son:¹⁰

- Dar a conocer la investigación educativa que se realiza en y sobre México.
- Promover el desarrollo de teorías relacionadas con el campo educativo.

¹⁰ Revista Mexicana de Investigación Educativa [en línea]. 2 de agosto del 2010. Disponible en: <http://www.comie.org.mx/v1/revista/portal.php?idm=es&sec=SC06>

- Dar cuenta de metodologías y técnicas que se utilizan en la investigación educativa.
- Promover el conocimiento de la realidad educativa nacional a través de la difusión de investigaciones originales.
- Difundir artículos internacionales que marquen perspectivas para la investigación educativa y que no hayan sido publicados en América Latina.
- Fortalecer la calidad de la investigación educativa mexicana y la relación con la comunidad académica nacional e internacional.
- Fomentar la participación de los equipos y de los investigadores en proceso de consolidación.
- Propiciar la discusión sobre problemas de investigación educativa.

Es así como, de esta manera, han aparecido algunas de las revistas educativas en nuestro país, sin embargo, en ocasiones el concepto es mal entendido y quizá se deba a que existen algunas publicaciones infantiles que han realizado sus contenidos de forma didáctica para ayudar a los menores a desarrollar algunas de sus habilidades.

Enrique Montes, jefe de redacción de la revista *Siempre*, argumenta que la revista educativa puede entenderse como una publicación de corte escolar, es decir que se avocan a ver niveles de escolaridad, características de los alumnos, de los profesores, de la formación de los programas educativos y planes de estudio, sin importar el nivel, ya sea preescolar, primaria, secundaria o estudios superiores; asimismo su objetivo principal es hacer énfasis en analizar perfiles de los alumnos, tanto psicológicos como de origen social, económico, etcétera.

Sin embargo, América Torres, editora en jefe de *Cartoon Network* y *Barney* comenta que podría haber una similitud entre una revista educativa y una revista infantil de entretenimiento debido a que este tipo de revistas las hacen para brindar cultura al niño pero sin que él se dé cuenta, con el objetivo de que el niño

no se aburra y deje la revista y asegura que cuando la revista muestra claramente su interés educativo, no funciona, ya que los niños la sienten como tarea porque ven lo mismo que en la escuela y eso no es divertido ni llama su atención.

La mayoría de las revistas educativas que encontramos en el Distrito Federal son creadas por instituciones o escuelas. En nuestro país, la Secretaría de Educación Pública (SEP), a través de la Dirección General de Desarrollo de la Gestión e Innovación Educativa (DGDGIE) se ha encargado, hasta ahora, de producir la revista *EDUCARE* que en palabras del Lic. Jorge Humberto Miranda, coordinador de las publicaciones de la DGDGIE y jefe de departamento de la Revista *EDUCARE*, es una publicación que aunque está hecha por la SEP no pretende educar a nadie; su objetivo es servir como herramienta a los maestros de México y como un espacio de discusión donde los docentes puedan expresar sus experiencias dentro del aula.

Esta revista contó con tres etapas; la primera surgió como un compromiso del programa escuelas de calidad, se publicaban alrededor de 30 mil ejemplares y era dirigida a los docentes de educación básica que estaban dentro de este programa.

Posteriormente, en la segunda época, en el 2005 se abre la revista a toda la educación básica del país para llegar a todos los profesores de México y el tiraje aumentó a poco más de un millón de ejemplares.

En la tercera etapa, atendiendo los lineamientos de la Secretaría de Hacienda, se disminuyó el tiraje con el fin de que la publicación estuviera dentro del programa de austeridad del gobierno del Distrito Federal y a partir del número VI la revista tuvo que ser solamente en línea porque ya no hubo recursos para seguir realizándola.

Los antecedentes de las publicaciones educativas en México no se conocen a ciencia cierta, pues la educación y los sistemas de aprendizaje se renuevan constantemente, lo que sí es un hecho es que todo medio impreso, ya sea libro, gaceta, folleto o revista comienza por medio de la investigación, lo que facilita y ayuda a que el conocimiento sea difundido entre la población.

2.2 Objetivos que persigue la revista educativa.

La mayoría de las revistas educativas no pretenden educar como se cree, más bien uno de sus objetivos principales es apoyar al docente y al alumno mostrando los diferentes planes de estudio e informando lo que las instituciones o dependencia educativas están haciendo para mejorar la educación en nuestro país como lo comenta el Lic. Jorge Humberto Miranda.

Asimismo, para poder comenzar a hablar sobre los objetivos de las revistas educativas hay que recordar la definición que la Maestra Irma Leticia Gutiérrez nos da, donde afirma que son publicaciones periódicas que contienen temas educativos, las cuales se constituyeron en un importante medio difusor de las ideas en torno a la formación del niño, al quehacer educativo en el aula, al papel educador de la familia, entre otros. Los principales destinatarios de estas publicaciones son los niños, los maestros y educadores, y la familia en general. Además sirven como material de lectura informal y algunas veces son llevadas al espacio de la escuela.

Entonces, podemos observar que cuando se habla de revista educativa, se habla de una “guía” principalmente dirigida a los maestros, quienes tienen como misión impartir los conocimientos que servirán como herramienta al alumno.

En este tipo de publicaciones podemos encontrar estadísticas, artículos sobre la enseñanza en nuestro país, programas de estudio, etcétera. Sin embargo, la mayoría de las personas que escuchan el término creen que son o están dedicadas a niños y contienen artículos didácticos, pero no es así.

Entre los objetivos principales de las revistas educativas destacan los siguientes:

Sirven al docente como un espacio de reflexión; esto se lleva a cabo en la medida en que especialistas en investigación muestran a los profesores y autoridades los resultados para una mejor atención educativa dentro del aula.

Otro punto importante es que **los maestros pueden intercambiar experiencias educativas** mediante los artículos que en ellas se muestran y poder retroalimentar quizá las formas de enseñanza, pero también **propician la discusión** sobre problemas en el ámbito educativo.

Mediante estos fascículos la administración pública **muestra cuáles son los programas y proyectos que se están realizando** dentro del gobierno federal para brindar atención educativa a los niños del país.

Otro objetivo principal es **conectar** las diferentes realidades educativas que existen en México.

También este tipo de publicaciones **promueven el intercambio de información**¹¹ sobre las investigaciones de carácter educativo.

Estas publicaciones tratan de **promover el conocimiento de la realidad educativa**¹² por medio de las investigaciones que se realizan.

Con la creación de estas revistas se trata de **fortalecer la investigación educativa** esto con la finalidad de que la información que en ellas se muestra sea lo más precisa y fiel posible.

Todos estos objetivos pueden parecer poco importantes pero no es así, ya que con ellos las revista educativas cumplen con su misión, la cual consiste en difundir los resultados de la investigación educativa, poner al tanto a los profesores de los nuevos proyectos, tecnologías o trabajos que se realizan en pro de la educación e informar precisamente lo que los docentes y alumnos necesitan para que el nivel de la enseñanza en México sea cada vez mejor.

¹¹ Revista de Investigación Educativa [en línea].18 de agosto del 2010. Disponible en: <http://revistas.um.es/content/rie/normas.pdf>

¹² Revista Mexicana de Investigación Educativa. *op. cit.*

“Los profesores del sistema educativo tienen diferentes actitudes frente a este tipo de material: en general lo que buscan son trabajos que les den ideas o incluso respuestas sobre los problemas que tiene en el aula”¹³, además este tipo de revistas difícilmente se encuentran en una biblioteca y muy pocas cuentan con un mecanismo eficaz de suscripción y en general su comercialización se restringe a las instituciones que las producen.

¹³ Ángel Díaz Barriga. Las revistas de educación en México [en línea]. 26 de agosto del 2010. Disponible en: http://www.anuies.mx/servicios/p_anuies/publicaciones/revsup/res078/txt3.htm

2.3 Algunas revistas educativas en el Distrito Federal

A ciencia cierta no se tiene una definición concreta de lo que son las revistas educativas, ni cuál es esa pequeña línea que las diferencia de las científicas o culturales. Existe una gran confusión entre las definiciones puesto que para algunos docentes o catedráticos las revistas educativas difunden ciencia y conocimientos realizados mediante la investigación como lo comentó el Dr. Jesús Escamilla, Jefe de División de Humanidades y Artes de la Facultad de Estudios Superiores Aragón.

Este tipo de revistas suelen ser un canal de información entre las diferentes comunidades que las realizan puesto que estas publicaciones generalmente son creadas por instituciones u organizaciones y su distribución sólo se hace de manera interna.

A diferencia de otras revistas, el consejo editorial que se encarga estos fascículos educativos es un grupo especializado de alto reconocimiento en los temas que se abordaran y según el Dr. Escamilla de ellos depende el éxito de la publicación puesto que muchas veces ésta sólo interesa por uno o dos artículos.

Entre los propósitos más sobresalientes de las revistas educativas podemos resaltar el comunicar y difundir información de carácter educativo, es decir que sirva a docentes y alumnos para la formación académica. Otro es legitimar la información que en ella se expone, puesto que esta debe ser de total credibilidad ya que será utilizada con fines pedagógicos, y por último la revista debe publicar los artículos con la finalidad de que su estatus y popularidad crezca; sin embargo, debe tener cuidado de lo que se va a imprimir y no escribir por el simple hecho de hacerlo.

A continuación se presentan perfiles de algunas revistas educativas editadas en el Distrito Federal:

2.3.1 ¿Cómo ves?



Portada de la revista *¿Cómo ves?* Año 12, número 142, septiembre 2010

Esta revista es una publicación de divulgación de la ciencia de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) a través de este medio de comunicación, mujeres y hombres que se dedican al ámbito científico llevan el conocimiento a la comunidad de habla hispana.

En esta revista podrás encontrar temas de interés en diversas áreas como la biotecnología, ecología y paleontología entre otras más.

¿Cómo ves? Fue creada principalmente para satisfacer las exigencias de un público joven, algo que para el año de 1998 no existía: “una revista de divulgación de la ciencia para jóvenes que

se distribuyera comercialmente”.¹⁴

Desde su creación, la revista ha servido como material de apoyo en escuelas a nivel superior y bachillerato, sin embargo, aunque es una publicación para jóvenes, los que mayormente la consultan son profesores, investigadores, profesores de áreas no especialmente científicas y el público en general.

Aunque es una revista de investigación, no se limita en dar a conocer los resultados de lo que se investiga, “ya que es fundamental que los lectores

¹⁴ Estela Burgos. *¿Cómo ves?*, la revista de divulgación de la ciencia de la UNAM, festeja su séptimo aniversario. Boletín de prensa. Pág. 1 [en línea]. 27 de agosto del 2010. Disponible en: <http://www.dgdc.unam.mx/Assets/pdfs/boletines/bol20051206.pdf>

conozcan cómo se hace la ciencia, cuáles son sus métodos y de qué manera se valida el conocimiento”.¹⁵

¿Cómo ves? Es editada por la Dirección General de Divulgación de la Ciencia (DGDC) y tiene como objetivo principal acercar a los lectores a la ciencia de una forma más amena y accesible pero, sobre todo, crear en ellos el placer por el conocimiento.

En cuanto a su tiraje se refiere, se reproducen 20 mil ejemplares¹⁶ mensualmente y su distribución comercial es en todo el país, Centro y Sudamérica, sin embargo, no sólo se puede encontrar impresa, también cuenta con su página web de libre acceso www.comoves.unam.mx en donde se pueden consultar sus artículos.

¹⁵ Ídem.

¹⁶ Mediavyasa. Buscador sobre medios de comunicación actual [en línea]. 3i de agosto del 2010. Disponible en: <http://www.mediavyasa.com.mx/page.php?4>

2.3.2 Avance y Perspectiva

Esta publicación nació en el 17 de abril de 1961 y hasta el año 2010 fue una publicación trimestral del Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional. En 1981 En el año 2005 cambio de nombre por el de CINVESTAV pero poco fue reconocida, así que regresó a su nombre original.

Desde sus inicios Avance y Perspectiva se ha dedicado a la difusión y a la divulgación de la actividad científica y de la vida académica del centro y su tiraje

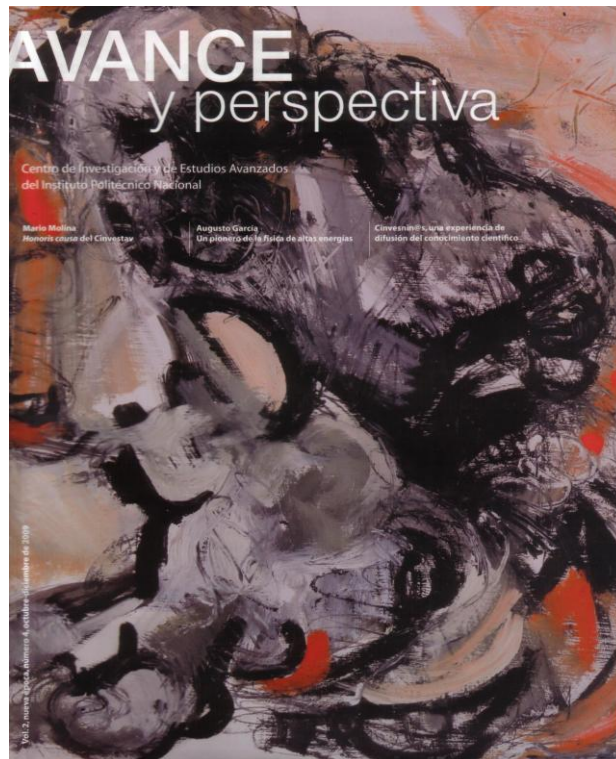
contó inicialmente de 8000 ejemplares reduciéndose después en 5000.

Hasta ahora, la revista ha estado abierta a todas las áreas que se cultivan en el CINVESTAV como son: las ciencias de la educación, las ciencias biológicas y de la salud, las ciencias de ingeniería y tecnología y a las ciencias exactas y naturales.

Esta publicación se ha innovado con el transcurso de los años, siendo una revista ágil, amena, con información novedosa que sirva de medio de enlace a todos los interesados en las tareas de las ciencias y de la tecnología en México.

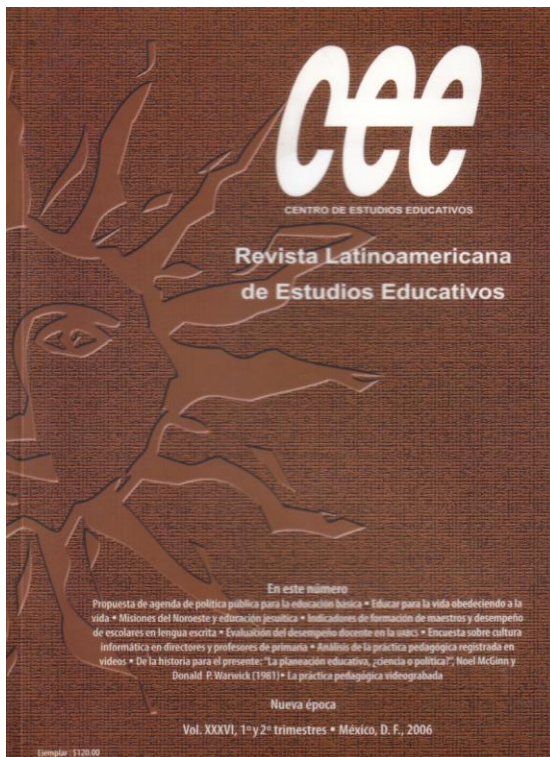
Desafortunadamente a partir del 2011 esta revista se convirtió en una publicación digital debido a que, en palabras de Josefina Miranda encargada del área de apoyo editorial, hay mayores beneficios, es más barato realizarla y cualquier persona tiene acceso a ella, de esta manera los artículos se pueden encontrar en

<http://avanceyperspectiva.cinvestav.mx>



Portada Avance y Perspectiva octubre-diciembre 2009

2.3.3 Revista Latinoamericana de Estudios Educativos



Revista de Latinoamericana de Estudios Educativos. Año 2006

El primer ejemplar de esta revista apareció en el año de 1971 cuya necesidad era la de buscar soluciones propias a los problemas educativos, por lo tanto esta publicación ha tratado de ser una modesta contribución al diálogo y a la cooperación en materia educativa entre los países de América Latina proporcionando un medio especializado de expresión a todos aquellos que estén interesados en esa problemática.

Para lograr lo anterior, la revista se propuso no estar cerrada a ningún tipo de ideas o ideologías, por lo cual, en cada una de las ediciones de la misma, los editores afirman que la revista está

abierta a cualquier teoría científica o planteamiento político, ya que pretende fomentar el debate y el diálogo entre diversos puntos de vista respecto a los problemas de la educación.

Entre los objetivos principales de esta publicación están el Contribuir mediante la selección publicación y distribución los escritos más relevantes sobre la investigación de la educación en México y América Latina; compartir con investigadores, educadores, maestros, líderes y autoridades de América Latina los productos de investigación educativa; recoger y difundir la reflexión que sobre la educación se realiza y dar seguimiento al proceso educativo nacional de México y compartir los análisis periódicos sobre el mismo.

Actualmente esta revista se imprime trimestralmente, sin embargo, también cuenta con su página de internet donde se pueden consultar ediciones anteriores <http://www.cee.edu.mx/inicio/cee.html>

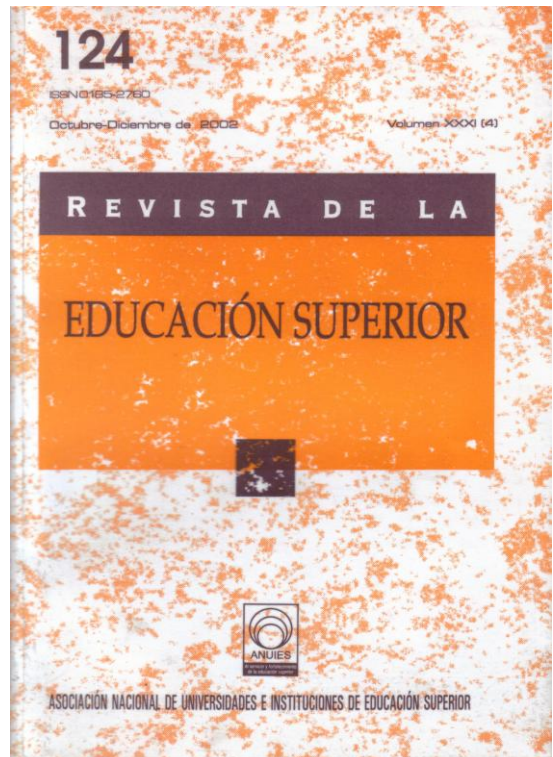
2.3.4 Revista de la Educación Superior

Esta revista es una edición trimestral editada por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) consolidándose como una de las publicaciones más importantes del país en educación.

Fue fundada en 1972 por iniciativa del Lic. Adolfo Rangel Guerra, esta revista ha tenido como misión el crear un espacio académico plural de gran calidad que se propone publicar textos originales sobre la educación superior mexicana, con apertura a la dimensión latinoamericana e internacional.

Sus destinatarios son tanto investigadores que trabajan temas de educación superior como directivos, especialistas e interesados en planeación, evaluación y gestión de las instituciones, así como sistemas de educación superior.

Es por lo anterior que los artículos de investigación son redactados de manera que sean comprensibles para profesionales de la educación que no sean investigadores, tratando de que los lectores ensanchen el horizonte en que desarrollan su propia labor. Los ejemplares de esta revista también se pueden encontrar en su página de internet <http://www.anuies.mx>



Revista de la Educación Superior. Octubre-Diciembre 2002

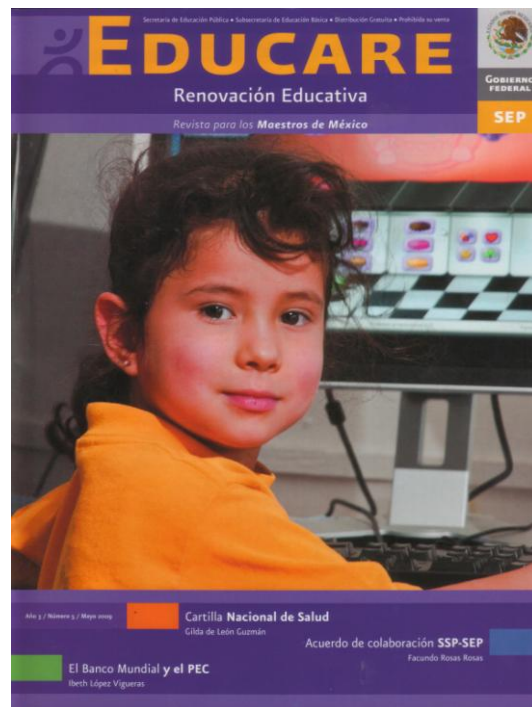
Todas estas revistas las podemos encontrar físicamente, pero como se ha estado mencionando la tecnología ha ido creciendo y han tenido que recurrir a ella para que la mayoría de sus contenidos puedan ser consultados por los interesados.

Desafortunadamente pocos son los que tienen la posibilidad de adquirir las revistas antes mencionadas, puesto que sólo es posible mediante la suscripción ya que no están en un kiosco de revistas a excepción de ¿Cómo ves?

2.3.5 EDUCARE

EDUCARE nace en el año 2000 cuando entró en funciones el gobierno del presidente Vicente Fox Quesada. En el 2001, se crea el Plan de Desarrollo y dentro de él se encuentra el Programa Escuelas de Calidad donde la revista sirvió como herramienta de difusión y de discusión para el maestro, en el cual el eje central son los docentes y las escuelas.

A partir del año 2005 los profesores comenzaron a mandar sus artículos para que estos fueran publicados, siempre y cuando esté bien escrito, sea innovador y que sea estrictamente de un profesor de educación básica.



Portada de la revista EDUCARE, mayo 2009

La revista no pretende educar a nadie, más bien trata de ser una herramienta y un espacio de discusión para los maestros, el cual es el público objetivo de la publicación.

En la actualidad, EDUCARE ya no se publica, más bien se encuentra en línea; y dejó de hacerse la edición impresa debido a que ya no se contaron con los recursos suficientes para realizar el tiraje. El Lic. Jorge Humberto Miranda afirma que en este año del bicentenario 2010 se tratará de que se retome la edición en papel. Mientras la revista tuvo su tiraje, se les hacía llegar a las escuelas; no era una revista que se pudiera encontrar en el puesto de periódicos y ahora se puede consultar por internet en el link:

<http://basica.sep.gob.mx/dqdgie/cva/sitio/start.php?act=educare>

2.4 Otras revistas consumidas por su popularidad o información y consideradas entre la población como educativas

Como sabemos y lo hemos venido diciendo a lo largo de esta investigación, revistas existen y son demasiadas. En 2007, *El Universal* publicó una nota donde para ese año se calculaban alrededor de 100 publicaciones de difusión o divulgación científica, la gran mayoría tienen una circulación limitada.¹⁷

Ricardo Cerón, en su artículo escrito en el periódico *El Universal*, asegura que de 14 revistas de ciencia o de carácter educativo, sólo tres (*Ciencia y Desarrollo*, *¿Cómo ves?* y *Conversus*) son producidas totalmente en el país, es decir, los artículos se elaboran en México.¹⁸

Sin embargo, otras más son licencias de publicaciones internacionales por lo que sus contenidos son, en varios casos, elaborados en el extranjero como *Muy Interesante* y *National Geographic*¹⁹ y al adquirir dicha licencia su reproducción se realiza en el Distrito Federal donde sus contenidos se adaptan al español.

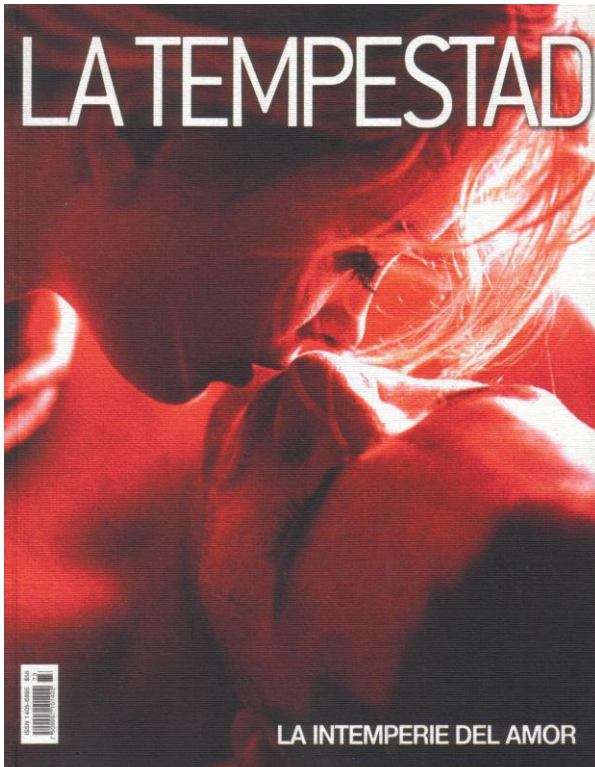
En este punto presentaré algunas revistas, las cuales son importantes ya sea por su información o por la popularidad.

¹⁷ Ricardo Cerón. *Revistas de ciencias oferta escasa*. *El Universal*. Lunes 13 de agosto del 2007 [en línea]. 26 de agosto del 2010. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/cultura/53740.html>

¹⁸ Ídem.

¹⁹ Ídem.

2.4.1 La Tempestad



Portada de la revista *La Tempestad* Volumen 12, no. 73, julio-agosto 2010

La Tempestad fue creada en el año de 1998 y desde hace 12 años su objetivo principal ha sido llevar el arte a la gente. Abel Cervantes, jefe de redacción de la revista, comenta que este proyecto fue llevado a cabo por dos personas: José Antonio Chauran, director general y Nicolás Cabral, director editorial; comenzó siendo una publicación en blanco y negro que hablaba sobre todo de literatura y poco a poco fue creciendo hasta convertirse en una revista a color que contenía temas de cine, música, arquitectura, diseño, danza, teatro, artes visuales y pintura.

Esta publicación “cuenta con un extraordinario pasado, colmado de lucha y logros, pero también tiene un presente dinámico e innovador. Comprometidos con la excelencia editorial”.²⁰

La Tempestad se divide en tres revistas: la de artes, la de fotografía y la Universitaria; la primera cuenta con un tiraje de 14,250 ejemplares y es una publicación bimestral; la segunda es semestral y tiene 20 mil ejemplares y la tercera se reproduce 7 veces al año y cuenta con un tiraje de 100 mil fascículos²¹. Las tres se distribuyen en todo el país; se puede adquirir en: Sanborn's, Vips, Farmacias Benavides (selectas), Café Caffè, El Palacio de Hierro, Librerías de

²⁰ Revista *La Tempestad*. [en línea]. 27 de agosto del 2010. Disponible en: <http://latempestad.com.mx/latempestad/quienes.htm>

²¹ Mediavyasa., *op. cit.*

prestigio, Gandhi, Aeropuertos (selectos) entre otros 200 lugares, además, también se pueden leer los artículos en su página de internet que es www.latempestad.com.mx

2.4.2 Muy Interesante

Esta revista es una publicación mensual principalmente de divulgación y ciencia popular. Sus contenidos abarcan desde las ciencias biomédicas, la tecnología y la astrofísica, hasta temas de psicología, prospectiva e historia.

Su característica principal es la riqueza visual, fotográfica y de información; de la misma manera, cuenta con un estilo periodístico y de divulgación muy accesible a cualquier tipo de lector.

Fue creada en 1981 en España y su primer editor fue Juan Caño hasta el año de 1986. “En la década de los años 80 fue la primera revista española que incluyó un holograma en su portada y también la primera que publicó un anuncio con un chip sonoro musical”.²²

Por ser una revista extranjera, Muy Interesante llega a nuestro país por medio de una licencia, misma que es propiedad de editorial televisa desde 1989 y es de esta forma como el público lector mexicano ha tenido acceso a ella durante todos estos años.

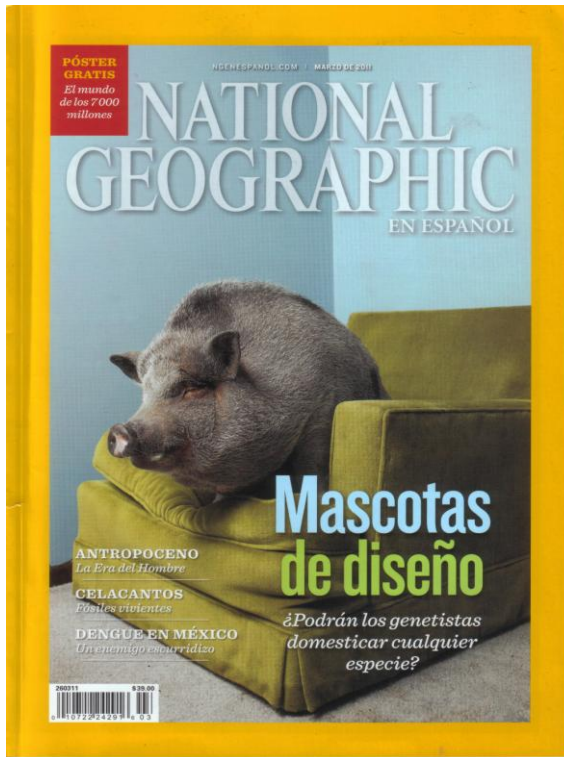


Portada de la revista *Muy Interesante* Año XXVII, No. 09, septiembre 2010

²² Revista Muy interesante. [en línea]. 29 de agosto del 2010. Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Muy_Interesante

Muy Interesante cuenta con aproximadamente 270 mil ejemplares mensuales²³ y como la mayoría de las publicaciones, también cuenta con su página de internet que es <http://www.muyinteresante.com.mx>

2.4.3. National Geographic en Español



Portada de la revista *National Geographic en Español* Marzo 2011

Esta revista, fue creada, originalmente, en el extranjero por National Geographic Society en Estados Unidos y en México, al igual que la revista *Muy Interesante* es una licencia la cual está bajo la batuta de Editorial Televisa S.A. de C.V. quien la adquirió para poderla reproducir en el Distrito Federal.

National Geographic fue la primera revista que la sociedad comenzó a publicar y desde sus inicios en 1888 fue un fascículo mensual y de ella se desprendieron otras más como la *National Geographic Traveler* que fue seguida en 1999 por *National Geographic Adventure Magazine* y en el 2001 por la *National Geographic Kids*.²⁴

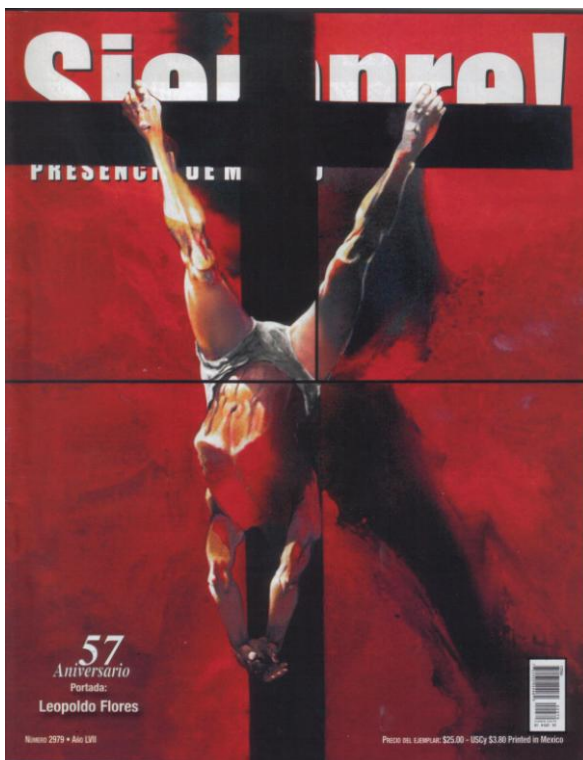
Actualmente ésta última es de género infantil y video juegos por lo cual no está considerada como una revista educativa; más bien como una revista didáctica y de entretenimiento.

²³ Mediavyasa., *op. cit.*

²⁴ Natona Geographic Society. [en línea]. 31 de agosto del 2010. Disponible en: http://es.wikilingue.com/pt/National_Geographic_Society

Su tiraje abarca los 170 mil ejemplares y además de poderla adquirir en forma impresa, se puede consultar a través de la página web www.ngenespanol.com

2.4.5 Siempre! Presencia de México



Portada de la revista Siempre! No. 2979, Año LVII, julio 2010

La revista *Siempre!* llegó el 27 de junio de 1953 en un momento donde nuestro país era muy monolítico, había poca discrepancia y poca pluralidad, siendo esa su línea hasta ahora y desde los años 50 y 60, cuando su fundador José Pagés la dio a conocer. El semanario ha tenido una editorial plural y crítica; asimismo, “en sus páginas han convivido, y no pocas veces reñido, las más disímolas plumas”.²⁵

Desde sus comienzos, ha sido una revista esencialmente de información y análisis políticos, no especializada en ciencia política, sino que con las

herramientas del periodismo –crónica, entrevista, reportaje y artículo de opinión– ha dado cuenta del acontecer político.

Siempre! ha sido la revista donde se han dado a conocer y discutido los problemas del país y llega al público a través de la Unión de voceadores, misma que reparte los ejemplares en los puestos de periódicos y cuenta con un tiraje semanal de 50 mil fascículos.

²⁵ Revista Siempre! Presencia de México [en línea]. 31 de agosto del 2010. Disponible en: http://siempre.mx/index/index.php?option=com_content&view=article&id=2832:los-inicios-de-una-aventura&catid=75:historia

En el movimiento estudiantil de 1968 la revista jugó un papel importante ya que fue la única que abrió sus páginas a los estudiantes cuando ningún medio de comunicación se atrevió a hacerlo por miedo, censura o por no tener conflicto con el gobierno.

Pareciera que la revista *Siempre!* no tiene una línea educativa, sin embargo Enrique Montes asegura que en los 60 las generaciones tenían como lectura fundamental la revista que trataba temas políticos y de cierta manera se educaron leyéndola.

Una de las características principales de esta revista es que desde el número uno hasta el más reciente la portada es una caricatura, hubo un tiempo en que se quiso que fuera fotografía pero no tuvo muy buena aceptación, así que se continuó con la misma línea de la portada.

El link donde también podemos consultar los artículos es: www.siempre.com.mx

CAPÍTULO III

EL DISEÑO DE LA REVISTA EDUCATIVA

Capítulo III

El diseño de la Revista Educativa

La revista educativa, al igual que cualquier otra, cuenta con una estructura que la hace atractiva al lector. En el libro *Nuevo diseño de revistas*, Jeremy Leslie asegura que las revistas, junto con los libros y los periódicos son uno de los pocos medios de comunicación cuyo formato responde a la elección del diseñador. Los diseñadores de revistas tienen una mayor libertad a la hora de decidir en qué formato van a trabajar.¹

Sabemos de sobra que las revistas educativas son poco comerciales y esto no debe verse como una desventaja; al contrario esta situación puede beneficiar técnicamente en dos aspectos: en primer lugar al tener una tirada más reducida, puede imprimirse en imprentas pequeñas. En segundo lugar, los costos de producción se reducen considerablemente ya que el tiraje es mínimo.²

Toda revista, sea de entretenimiento, infantil, científica o de carácter educativo, cuenta con una estructura o elementos específicos como: la portada, el encabezado, el color, las ilustraciones o imágenes y por supuesto las secciones.

Estos elementos tienen que ver con lo que conocemos como diseño, y antes de comenzar a detallarlos debemos saber que la palabra está definida por La Real Academia Española como traza, delineación de un edificio o de una figura” o bien como “descripción de alguna cosa, hecha por palabras.

Sin embargo, Humberto Martínez, en su libro *La comunicación a través del diseño periodístico*, asegura que no sólo es importante la forma en que se presenta el producto, sino el que pueda cumplir la función para la que ha sido creada de

¹ J. Leslie. *op. cit.*, p. 10

² Ídem.

manera eficaz. Por lo tanto el diseño periodístico debe cumplir una función comunicativa y además al servicio de ella se plasma una determinada estética.

El diseño periodístico es muy importante, ya que mediante él podemos saber si un elemento publicado es funcional, no funcional o poco funcional de forma muy sencilla, simplemente analizando la manera en que el lector utiliza lo publicado.

“Las revistas utilizan los mismos procedimientos que el resto de los productos gráficos y no están ajenas a los cambios generales”;³ además utilizan los recursos visuales de manera más atrevida y variable. Asimismo, tiene una cadencia de producción más alta, lo que permite un “mayor virtuosismo formal”.⁴

Norberto Angeletti y Alberto Olivera comentan, en su libro *Revistas que hacen e hicieron historia* que este tipo de publicaciones se consolidan por un conjunto de cuestiones que, en muchas ocasiones, no son estrictamente informativas o periodísticas.

Así, podemos darnos cuenta de que el diseño gráfico en prensa tiene la exigencia de su periodicidad y la exigencia de la inmediatez.

“En las revistas la exigencia de la estructura rígida es liberada y permite obtener páginas diferentes según el contenido de la información. En cualquier caso, tanto los diarios como las revistas se caracterizan por ser un producto gráfico sobre todo estructural. Dado que deben presentar la veracidad de la información transmitida, todos los elementos formales están condicionados absolutamente por el contenido”.⁵

³ Daniel Tena Parera. Diseño Gráfico y comunicación. Madrid, España, Pearson Prentice Hall, 2005, p. 170.

⁴ *Ibidem.*, p. 171.

⁵ *Ibidem.*, p. 7

3.1 Características Externas

3.1.1 La Portada

Las portadas son las que atraen al lector, es decir, venden la revista al público consumidor; sin embargo, en la actualidad, las portadas se han transformado en una firme herramienta de marketing.*

Jeremy Leslie asegura que independientemente de los contenidos variables que la portada pueda presentar, la pieza clave es la cabecera, el nombre y cómo se presenta.

En la portada podemos encontrar principalmente:

- El **título** o **logotipo** es lo que identifica principalmente a la revista. Este último es un elemento gráfico que suele incluir símbolos claramente asociados a quienes representan. En sentido amplio se denomina logo a cualquier imagen representativa de una entidad comercial o social.

Para que un logotipo resulte congruente y exitoso conforme al principio fundamental del diseño donde “menos es más”, la simplicidad permite que sea:

1. Legible (hasta el tamaño más pequeño)
2. Escalable (a cualquier tamaño requerido)
3. Reproducible (sin restricciones materiales)
4. Distinguible (tanto en positivo como en negativo)
5. Memorable (que impacte y no se olvide)

- El **lema** es una frase que muestra la tendencia o filosofía de la revista. El diccionario de Word Reference afirma que es una frase que expresa un pensamiento, mismo que sirve de guía para la conducta de alguien o para un asunto determinado.
- La **fecha**. Ésta es en la que se publicó el fascículo.
- El **número**. Señala la continuidad.
- El **año**. Indica su presencia y antigüedad en el mercado
- El **volumen**. Señala, series, grupos o temporadas, así como su actualización.
- El **precio** es el costo de la revista y de éste dependerá del tipo de papel, el número de hojas; en sí la impresión en general.
- El **sumario** desempeña el papel de índice y enuncia el contenido de la revista o los títulos de los artículos.
- Las **imágenes** son las fotografías que tiene la portada, mismas que ayudarán a evidenciar y dar a conocer al lector el contenido que tendrá la publicación.

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	LEMA	FECHA	NUM.	AÑO	VOL.	PREC.	SUM./ No. PÁGINAS	TAMAÑO (ALTO POR ANCHO)
¿Cómo ves?		Revista de la Divulgación de la Ciencia de la Universidad Nacional Autónoma de México.	Sí	Sí	Sí	No	\$25.00	Sí / 40	21.50 x 28.00 cms.
Avance y Perspectiva		Sin lema.	Sí	Sí	Sí	Sí	Por suscripción. A partir del 2011 será digital.	Sí / 80	28.00 x 21.50 cms.
Revista Latinoamericana de Estudios Educativos		Sin lema.	No	Sí	Sí	Sí	\$ 120.00	Sí / 188	22.50 x 15.00 cms.
Revista de la Educación Superior		Sin lema	Sí	Sí	Sí	Sí	\$85.00	Sí / 181	25.00 x 18.00 cms.
EDUCARE		Renovación Educativa. Revista para los maestros de México.	Sí	Sí	Sí	No	Distribución gratuita en escuelas de educación básica.	Sí / 64	20.50 x 27.00 cms.
La Tempestad		Sin lema.	Sí	Sí	No	Sí	\$56.00	Sí / 144	21.00 x 27.00 cms.
Muy Interesante		Sin lema.	Sí	Sí	Sí	No	\$35.00	Sí / 136	21.30 x 27.50 cms.
National Geographic en Español		Sin lema.	Sí	Sí	Sí	No	\$39.00	Sí / 102	17.05 x 25.40 cms.
Siempre!		Presencia de México	Sí	Sí	Sí	No	\$25.00	No / 100	21.50 x 27.90 cms.

3.1.2 La Contraportada y Publicidad

La contraportada es tan importante como la portada por estar expuesta a la vista del consumidor. Está ubicada en la parte trasera de la revista y es mejor conocida por los editores como cuarta de forros. En la mayoría de las publicaciones encontramos publicidad; a diferencia de los libros en las cuales sus contraportadas contienen, en algunos casos a grandes rasgos de qué trata el libro o la biografía y otras obras del autor.

En nuestro país es muy difícil que una publicación sobreviva por sus propios medios o por suscripciones, es por ello que la publicidad que encontramos en los medios impresos es de suma importancia.

En México existen dos tipos de publicidad: la comercial y la institucional o también conocida como boletines. La publicidad comercial incluye todo tipo de información cuyo principal propósito es anunciar y vender algo, ya sea un producto o servicio.

Por otra parte, la publicidad institucional o boletines de prensa se refieren a la publicidad que da a conocer alguna secretaría u oficina de gobierno, con la cual se pretende influenciar la opinión pública al promocionar eventos oficiales, programas partidistas, etcétera.

A diferencia de las empresas privadas, todas las oficinas gubernamentales tienen un presupuesto para ser utilizado en publicidad. Dicho presupuesto es utilizado a través de la oficina o el área encargada de prensa, la cual tiene un papel significativo, debido a que los presupuestos son en su mayoría generosos.⁶

En la siguiente tabla podemos observar qué tipo de publicidad presentan las revistas en sus contraportadas:

⁶ Francisco Javier Torres A. El periodismo mexicano. Ardua lucha por su integridad. México, Ed. Coyoacán S.A. de C.V., 2da. Edición. 1999, p. 132.

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	CONTRAPORTADA
¿Cómo ves?		Publicidad Institucional
Avance y Perspectiva		Publicidad Institucional
Revista Latinoamericana de Estudios Educativos		Sin Publicidad
Revista de la Educación Superior		Sin Publicidad
EDUCARE		Publicidad Institucional
La Tempestad		Publicidad Comercial

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	CONTRAPORTADA
<p>Muy Interesante</p>		<p>Publicidad Comercial</p>
<p>National Geographic en Español</p>		<p>Publicidad Comercial</p>
<p>Siempre!</p>		<p>Publicidad Institucional y Comercial</p>

3.2 Características Internas

3.2.1 Índice

El índice es una lista de palabras o frases que permite la ubicación de material al interior de un libro o una publicación. En un índice tradicional, los encabezados que en él se presentan incluyen, nombres de personas, lugares, eventos y conceptos seleccionados como relevantes y de interés para el lector, además estos encabezados siempre van seguidos de las páginas, mismas que nos ayudarán a localizar fácilmente el artículo o información que necesitamos.

Existen tres tipos de índices; el primero es el **índice de contenido**; éste es el más común y también se le conoce como tabla de contenido o sumario y muestra la manera en que el texto se distribuye. Principalmente, lo encontramos después de la portada.

El segundo es el **índice onomástico** que lista en orden alfabético los nombres de los autores citados en el texto. Después del nombre, se presentan los números de página, por ejemplo: Autor: 13, 19, 22.

El último es el **índice temático** que lista en orden alfabético los temas y subtemas e inmediatamente se presentan los números de página.

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	ÍNDICE
¿Cómo ves?		Índice de Contenido
Avance y Perspectiva		Índice de Contenido

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	ÍNDICE
<p>Revista Latinoamericana de Estudios Educativos</p>		<p>Índice de Contenido</p>
<p>Revista de la Educación Superior</p>		<p>Índice Onomástico</p>
<p>EDUCARE</p>		<p>Índice de Contenido.</p>
<p>La Tempestad</p>		<p>Índice de Contenido y Onomástico</p>
<p>Muy Interesante</p>		<p>Índice de Contenido</p>
<p>National Geographic en Español</p>		<p>Índice de Contenido</p>
<p>Siempre!</p>		<p>Sin Índice</p>

3.2.2 El Editorial

El editorial es un género periodístico de opinión e interpretación a través del cual se expresa el punto de vista personal de quien dirige una publicación mediante un equipo de editorialistas especializados en diferentes campos o temas, además es el instrumento máximo de influencia del cual dispone el medio impreso.

Carlos Marín en su libro llamado “*Manual del Periodismo*” comenta que el editorial es el análisis y enjuiciamiento de los hechos más sobresalientes del día, en el caso de los diarios, o de la semana, la quincena y el mes, en el de las revistas.

El editorial lo que busca es “sintetizar la postura ideológica o política de cada organismo periodístico, frente a los hechos de interés colectivo y a diferencia de otros géneros, éste no aparece firmado; sus conceptos, afirmaciones y opiniones son responsabilidad de la empresa informativa”.⁷

Su propósito es convencer, aún cuando el editorialista no espere impulsar a los lectores a una acción inmediata.

En las empresas periodísticas de circulación nacional, por lo general, se dispone de un equipo de editorialistas, integrados por periodistas, que en primer término, están compenetrados y comprometidos con el pensamiento de los directivos de la publicación.

Esta responsabilidad no puede recaer en un solo periodista, pues éste no puede conocer de todo. Cuando el asunto que se quiere poner en el editorial es por ejemplo económico, redactará el texto el especialista correspondiente al tema; lo mismo ocurre cuando lo que se quiere comentar es de otra índole.

⁷ Juan José Comparán Rizo. Lengua Española 3. México, Umbral Editorial S.A. de C.V., 2007, p. 45.

Además, se compone de dos partes; una es la breve explicación del asunto y otra la interpretación del autor y sus evaluaciones sobre el tema.

En general sus características son las siguientes:

- Expresa la opinión institucional.
- Busca que el lector aprecie el significado de un hecho y sus posibles consecuencias.
- Permite influir en la opinión pública.
- Por su carácter institucional o doctrinal, busca educar a los lectores.
- Es un género explicativo.
- El lenguaje es impersonal, directo, claro, preciso y objetivo.

El editorial debe ser:

- **Sustancioso:** que cada frase tenga una razón.
- **Contundente:** que vaya al grano del asunto; que exprese sin titubeos.
- **Afirmativo:** que no se limite a reprobar, sino que proponga soluciones.
- **Penetrante:** que no se quede en la superficie de los asuntos que aborda, sino que vaya más allá; que sepa exponer lógicamente futuras consecuencias.
- **Ágil:** que esté redactado con fluidez y claridad, con lógica y sin rebuscamientos.
- **Convinciente:** que trate de ganar con argumentos la voluntad de los lectores.
- **Breve:** que diga mucho en pocas líneas.
- **Trascendente:** que su juicio resulte perdurable y de influencia en la conformación de criterios.

Entre los tipos de editorial se pueden encontrar las siguientes



- **De lucha:** que ataca, exige y sugiere; que es fundamentalmente combativo y doctrinario.
- **De testimonio:** que toma serenamente una posición y la fundamenta; que trata de convencer con razones lógicas.
- **Aclaratorio o instructivo:** que se propone explicar el hecho que lo suscita.
- **Retrospectivo:** que comenta lo sucedido en la satisfacción leve o mordazmente expresada del “ya lo decíamos nosotros”.
- **Necrológico:** cuando el o los personajes a los que está dedicado merecen un sitio tan destacado en la publicación.
- **Previsorio:** que mira el porvenir que, sin pretensiones proféticas, se adelanta convincentemente al presente y elabora una hipótesis a futuro.


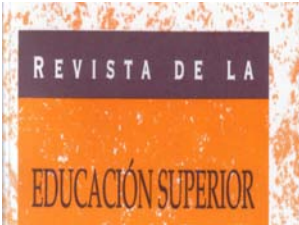
NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	EDITORIAL
¿Cómo ves?		Sí, está firmada
Avance y Perspectiva		No
Revista Latinoamericana de Estudios Educativos		Sí, está firmada

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	EDITORIAL
<p>Revista de la Educación Superior</p>		<p>Sí, está firmada</p>
<p>EDUCARE</p>		<p>Sí, no está firmada</p>
<p>La Tempestad</p>		<p>No</p>
<p>Muy Interesante</p>		<p>Sí, está firmada</p>
<p>National Geographic en Español</p>		<p>Sí, está firmada</p>
<p>Siempre!</p>		<p>Sí, no está firmada</p>

3.2.3 Secciones

Las secciones son los rubros temáticos en los que se divide una revista para poder abarcar de manera más ordenada su contenido y el lector pueda encontrar fácilmente algún tema de su interés.

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	SECCIONES
<p>¿Cómo ves?</p>		<p>14 Secciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • De entrada • De ida y vuelta • Ráfagas • Ojos de mosca • Investigaciones insólitas • Al grano • ¿Qué es? • Aquí estamos • Diario de un museo • Retos • ¿Qué hacer? ¿A dónde ir? • ¿Qué leer? • Mira bien • En broma
<p>Avance y Perspectiva</p>		<p>4 Secciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perfiles • Espacio Abierto • Documentos • Matices

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	SECCIONES
<p>Revista Latinoamericana de Estudios Educativos</p>		<p>7 Secciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para la agenda educativa y nacional • Artículos y ensayos • Para la construcción del saber • Diálogo informado • Construcción ciudadana de lo público • De la historia para el presente • Qué leer
<p>Revista de la Educación Superior</p>		<p>4 Secciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudios e investigaciones • Ideas y crítica • Estadísticas • Estudios del conocimiento

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	SECCIONES
EDUCARE		<p>10 Secciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Educación al día • Ejes • Respuestas • Diversidad • Consulta • Expresión • Plataforma educativa • Entornos • Desde la escuela • Interacción
La Tempestad		<p>6 Secciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Literatura • Cine • Música • Arquitectura y diseño • Artes visuales • Artes escénicas

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	SECCIONES
<p>Muy Interesante</p>		<p>16 Secciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cartas • Muy visión • Notas • De palabras • Tocar lo invisible • Ventana al cosmos • Mitos y leyendas • Citas • Mirada al futuro • Preguntas y respuestas • Innovación • Escenas de la historia • Protagonista de la historia • Muy recomienda • Entrenamente • Los diez...
<p>National Geographic en Español</p>		<p>8 Secciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Editorial • Foro • Foto del Lector • Imágenes de la tierra • Población • Tecnología • Historia • Gran Idea

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	SECCIONES
Siempre!		<p>8 Secciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Reportaje • Artículo • Columna • Internacionales • Cultura • Pulgón • Ciencia y salud

3.2.4 Contenidos

Los contenidos en las revistas se determinan a través de un estudio de mercado, que se realiza con el público al que irán dirigidas y de esta manera se conocen los intereses de los lectores para que las publicaciones puedan tener éxito.

Sin embargo, no sólo los artículos, reportajes u opiniones son parte del contenido; pues la revista tiene que sostenerse y todas lo hacen a través de la publicidad a excepción de las que se realizan dentro de las instituciones, ya que éstas se hacen con el presupuesto anual que se les brinda.

En la siguiente tabla se muestra un comparativo entre los reportajes o artículos y la publicidad que las revistas tienen:

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO / LOGOTIPO	TOTAL DE PÁGINAS	PÁGINAS CONTENIDO	PÁGINAS PUBLIC. (no incluye la publicidad de los forros)
¿Cómo ves?		40	35	5
Avance y Perspectiva		80	78	2
Revista latinoamericana de Estudios Educativos		188	185	3
<i>Revista de la Educación Superior</i>		181	181	0
EDUCARE		64	62	2

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO / LOGOTIPO	TOTAL DE PÁGINAS	PÁGINAS CONTENIDO	PÁGINAS PUBLICADA D (no incluye la publicidad de los forros)
La Tempestad		143	106	37
Muy Interesante		136	84	52
National Geographic en Español		102	94	8
Siempre!		98	90	8

Como podemos observar en la tabla anterior, la revista *La Tempestad* y *Muy Interesante* son dos revistas donde el total de sus páginas es casi similar; sin embargo, *Muy Interesante* cuenta con mayor publicidad que *La Tempestad* y esto se debe a que la primera es muy comercial y se puede adquirir en cualquier puesto de revistas, a diferencia de la segunda que sólo se puede encontrar en Sambornós o en librerías El Péndulo.

3.2.4.1 Encabezados

Éstos sirven principalmente para demostrar importancia y jerarquía en una página o documento.

Lo que hace un encabezado es:

- Llamar la atención.
- Ayudar a clasificar la noticia.
- Transmitir información.
- Formar un conjunto atractivo de la plana mediante color tipográfico y la colocación de los titulares.

Algo fundamental para realizar los encabezados en las revistas es la tipografía que consiste en una técnica de impresión mediante formas que contienen en relieve los tipos* que se aplican por presión sobre el papel.

“El diseño de una revista no es simplemente un asunto visual: las palabras, en especial los encabezados, títulos de artículos, subtítulos, etcétera son parte del mismo y deben ser correctos para que el trabajo en general sea correcto”.⁸

Algunos autores como Johnson y Harris dicen que el título es la entrada, es el escaparate de la información; sin embargo Lenzi señala que el título debe anticipar la noticia, no agotarla; suscitar en el lector un sentido de atención, forzándolo a desear más, y por tanto, leer la noticia.

Uno de los propósitos principales de los encabezados o titulares de los artículos es informar al lector sobre qué trata el artículo de forma concisa y clara para que

*Peza de metal en que está realizada una letra o un signo

⁸ Rauri McLean. Manual de Tipografía. Madrid, Hermann Blume Ediciones, 1993, p. 204.

éste pueda optar por leerlo o pasarlo. “Debe evitarse emplear títulos tal vez ingeniosos pero de significado oscuro”.⁹

“El redactor de titulares debe ser una persona creativa, que al escribir logre impactar y atraer la atención del lector, por ser el objetivo principal de esta actividad”,¹⁰ es por ello que la mayoría de las revistas contienen una tipografía grande permitiendo que la mirada llegue a ella más fácilmente.

Por otra parte, desde el punto de vista gramatical, podemos observar que en los encabezados abundan las oraciones simples ya que en la actualidad, la falta del tiempo y las prisas del lector han hecho de los encabezados un “elemento primordial debido a que gracias a ellos se puede adquirir una visión bastante clara de la realidad en poco tiempo; es decir quien lo lee puede decidir rápidamente si lo que se publica le sirve o no”.¹¹

Los titulares en los medios impresos pueden ser informativos o expresivos. Los informativos son aquellos que señalan el hecho de la actualidad y los expresivos son los que dan por hecho que el lector conoce la noticia y pretende evocarla de forma llamativa. En las revistas, la mayoría de los encabezados suelen ser expresivos e informativos; expresivos porque llaman la atención del lector para que se interese por el artículo e informativos porque pueden dar a conocer algo nuevo; a diferencia de los encabezados de los periódicos donde principalmente son de carácter informativo.

Para escribir los titulares es importante leer y comprender todo el trabajo que tenemos en frente, con el fin de asegurarnos que el contenido se entiende, después se resume en una idea corta que responda a las “seis preguntas clásicas,

⁹R. McLean., *op. cit.*, 63

¹⁰ Ma. de Jesús Rojas Espinoza., *op. cit.*, 27

¹¹ Juan Cantavella, y José Francisco Serrano. Redacción para periodistas: informar e interpretar. Barcelona, Editorial Ariel S.A. de C.V., 2008, p. 242.

constructivas del esqueleto de la noticia: ¿qué ha sucedido?, ¿a quién?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿cómo? Y ¿por qué ha acontecido tal o cual cosa?”.¹²

3.2.4.2 Tipografía

La tipografía es todo lo que tiene relación con los caracteres, letras y signos, asimismo, se puede afirmar que la tipografía es el tipo de letra que se utiliza en un impreso.

En la actualidad se entiende comúnmente por tipografía “todo lo que se refiere a los caracteres (letras, números y signos) y se utiliza la palabra tipo para referirse a las familias o tipos de letras (Times, Arial, Calibri, Comic Sans, etcétera)”.¹³ Generalmente en las revistas se imprime con una tipografía **arial** de **12 puntos**, lo que ayuda a que el ojo pueda leer con mayor facilidad.

En tipografía se utiliza una medida especial cuya unidad se denomina *pica*, y ésta a su vez se subdivide en medias picas y en puntos de la siguiente forma:

1 pica = 12 puntos

Media pica = 6 puntos

El punto es la fracción más pequeña de esa medida. Su equivalente con la pulgada inglesa que es **.01383**.

¹²Ma. de Jesús Rojas Espinoza., *op. cit.*, p. 80.

¹³ Luis Miguel Notario. Manual para pequeñas publicaciones. Cómo hacer periódicos y revistas. Madrid, Ed. CCS., 3ra. Edición, 2000, p. 167.

Conjuntamente con la pica, en México y en algunos otros países se utiliza también la *pulgada* para determinadas medidas tipográficas aunque en realidad se trata de una *pulgada* que se puede considerar como *pulgada tipográfica* y la equivalencia entre la pica y la pulgada es la siguiente:

1 pica = 12 puntos

6 picas = 1 pulgada

A continuación se presentan unos ejemplos para poder distinguir los tamaños de letras:

Esta letra es de 6 puntos

Esta letra es de 8 puntos

Esta letra es de 10 puntos

Esta letra es de 12 puntos

Esta letra es de 14 puntos

Esta letra es de 18 puntos

Esta letra es de 24 puntos

Otro punto importante de la tipografía es lo que se conoce como familia que es el conjunto o colección de caracteres de los distintos cuerpos o series –redondo, cursiva, negrita, estrecha, ancha, etcétera– obtenidos a partir del mismo diseño básico. La familia tiene mayúsculas, minúsculas, números y signos.

Estos son algunos ejemplos de familias:

(Berlin Sans FB Demi)

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " # \$ % & / () = ¿ ?

(Consolas)

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¡ ! " # \$ % & / () = ¿ ?

La tipografía de la revista tanto en titulares como en el cuerpo o contenido de la misma dependerá de la persona que realiza la publicación, debido a que cada revista, por su tema tiene tipos de letras diferentes.

3.2.4.3 Imágenes e ilustraciones







Es indispensable que una revista tenga imágenes, ya que éstas son las que acompañan la información para hacer que su diseño sea más llamativo. Ulises Castellanos comenta en su libro *Manual del fotoperiodismo* que la fotografía al ir incluida entre un texto, toma otro sentido, otro valor. La fotografía sirve para reforzar la información escrita, ya no como ilustración, sino como demostración palpable de que lo que se dice es verdad.

Para comenzar a hablar de la imagen, primero hay que definirla. El Diccionario de la Lengua Española la define como figura, representación, semejanza y apariencia de una cosa, así como la representación viva y eficaz de una cosa, de una intuición o visión poética por medio del lenguaje; mientras que el Diccionario Ideológico de la Lengua Española dice que la imagen es la representación mental de alguna cosa percibida por los sentidos.

Las imágenes o fotografías que aparecen en una revista tienen que atraer al lector y generalmente están bien recuadradas; es decir que la imagen se centra en lo que se quiere resaltar y se quita lo que no sirve para que la mirada se fije en el punto de interés.

Sin embargo, las revistas no sólo cuentan con fotografías, en algunas publicaciones también existen los dibujos o caricaturas que juegan un papel importante principalmente en las publicaciones infantiles o juveniles. Estas ilustraciones son fáciles de reproducir y cuentan con mejor calidad, debido a que la fotografía tiene que tener un cierto pixelaje para que se pueda apreciar mejor.

Todas las revistas tratan de contar con un fotógrafo y un dibujante que se encarguen de ilustrar los contenidos pero si no cuentan con las fotografías necesarias las consiguen a través de agencias nacionales o internacionales que les puedan proporcionar el material o directamente contactan a la persona de la cual necesitan la imagen para poder obtener las fotos necesarias.

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	No. IMÁGENES	No. ILUSTRACIONES	TOTAL
¿Cómo ves?		19	12	31
Avance y Perspectiva		45	17	62
Revista Latinoamericana de Estudios Educativos		0	0	0
Revista de la Educación Superior		0	0	0
La Tempestad		85	12	97
Muy Interesante		38	45	83

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	No. IMÁGENES	No. ILUSTRACIONES	TOTAL
National Geographic en Español		60	17	77
EDUCARE		41	7	48
Siempre!		37	12	49

3.3 Características físicas

3.3.1 Los colores

Los colores son algo muy importantes en las revistas, pues este elemento es el que hace que la publicación se vea aun más llamativa. Si hablamos de color tenemos que hacer mención de la Teoría del color la cual refiere que “el color no es una característica de una imagen u objeto, sino que es más bien una apreciación subjetiva de nosotros mismos”.¹⁴ Se puede definir como una sensación que se produce en respuesta a la estimulación del ojo y sus mecanismos nerviosos, por la energía luminosa de ciertas longitudes de onda.

Las revistas utilizan muchos colores y éstos deben ser los adecuados para atraer la atención del lector; para poder entender esto mejor debemos conocer cuál es la psicología del color; ésta se forma por las diferentes impresiones que emanan del ambiente creado por el color, que puede ser de calma, plenitud, alegría, opresión o violencia.

La psicología del color se puede clasificar en colores **cálidos**, **fríos**, **claros** y **oscuros**.

Colores cálidos

Estos colores atraen la atención y principalmente se utiliza el rojo en letreros y en el diseño gráfico. Este tipo de colores son fuertes y agresivos, y parecen vibrar dentro de su propio espacio; sin embargo, también tienen muchas reacciones en la gente, tales como el aumento de la presión sanguínea y la estimulación del sistema nervioso.

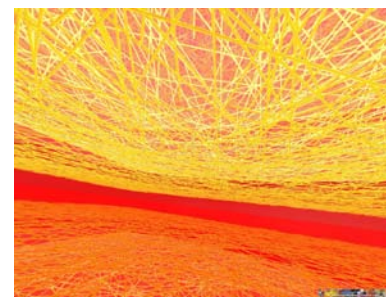


Foto tomada de la página de internet <http://www.idalsdesign.com/blog/?p=74> (19 de septiembre del 2010).

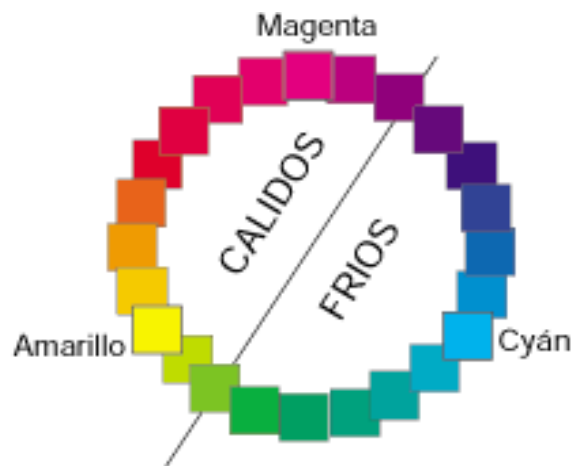
¹⁴ Teoría del color. 2001. [en línea]. 19 de septiembre del 2010. Disponible en: <http://www.desenredate.com/articulos/teoria-psicologia-color.php>

Colores fríos



Foto: Zarpy y nino. Disponible en:
<http://zarpyynino.blogspot.com/2008/11/color-frio.html> (19 de septiembre del 2010).

En este tipo de colores podemos encontrar principalmente al azul, mismo que nos recuerda al hielo y a la nieve. Los sentimientos que generan este tipo de colores, donde también se incluye el verde, son de calma.



Colores claros

Este tipo de colores son los pasteles más pálidos y toman su claridad debido a que existe una ausencia de color en su composición. Los colores claros descubren los alrededores y brindan descanso, suavidad y fluidez; a este círculo de color pertenecen el marfil, rosa, celeste y beige.



Disponible en:
<http://decorandomejor.blogspot.com/>
(19 de septiembre del 2010).

Colores oscuros



Foto ubicada en:
<http://2.bp.blogspot.com> (19 de
septiembre del 2010)

Este tipo de colores contienen principalmente el color negro, encierran el espacio y los hacen parecer más pequeños. Estos colores son concentrados y serios en su efecto. Los colores oscuros se asocian con las estaciones del otoño e invierno y al combinarlos con colores claros representan los opuestos de la naturaleza como el día y la noche.

Entre esta división, podemos encontrar otros colores más específicos utilizados en las revistas como:

Blanco: Es un color latente por su capacidad de potencializar otros colores. Este color puede significar paz, soleado, feliz, activo, puro e inocente.

Negro: Es el símbolo del silencio, del misterio y, en ocasiones, puede significar impuro y maligno. Confiere nobleza y elegancia, sobre todo cuando es brillante.

Gris: Simboliza la indecisión y la ausencia de energía, expresa duda y melancolía.

Los colores metálicos tienen una imagen lustrosa, adoptando las cualidades de los metales que representan. Dan impresión de frialdad metálica, pero también dan sensación de brillantez, lujo, elegancia, por su asociación con los metales preciosos.

Amarillo: Es el color más luminoso, más cálido, ardiente y expansivo. Es el color del sol, de la luz, así como del oro. Como tal es violento, intenso y agudo, también suelen interpretarse como animados, joviales, excitantes, afectivos e impulsivos.

Naranja: Posee fuerza activa, radiante y expansiva. Tiene un carácter acogedor, cálido, estimulante y una cualidad dinámica muy positiva y energética.

Rojo: Significa la vitalidad, es el color de la sangre, de la pasión, de la fuerza bruta y del fuego. Está ligado al principio de la vida, expresa la sensualidad, la virilidad, la energía; es exultante y agresivo. El rojo es el símbolo de la pasión ardiente y desbordada, de la sexualidad y el erotismo.

Azul: Es el símbolo de la profundidad. Inmaterial y frío, suscita una predisposición favorable. La sensación de placidez que provoca el azul es distinta de la calma o reposo terrestres, propios del verde. Expresa armonía, amistad, fidelidad, serenidad, sosiego... y posee la virtud de crear la ilusión óptica de retroceder. Este color se asocia con el cielo, el mar y el aire. El azul claro puede sugerir optimismo.

Violeta: Es el color de la templanza, de la lucidez y de la reflexión. Es místico, melancólico y podría representar también la introversión.

Verde: Es el color más tranquilo y sedante. Evoca la vegetación, el frescor y la naturaleza. Es el color de la calma indiferente: no transmite alegría, tristeza o pasión. Cuando algo reverdece suscita la esperanza de una vida renovada.

El uso del color es importante porque gracias a él podemos expresar y hacer sentir al lector, por tal motivo es importante cómo se utiliza y saber que:

- El color es uno de los medios más subjetivos con el que cuenta el diseñador.
- Tiene mucho poder de atracción o rechazo dependiendo del uso que se le dé.
- Los colores también dan sensación de movimiento.
- Las emociones, sensaciones, y en definitiva todo lo que los colores pueden llegar a expresar y hacer sentir al espectador forma parte fundamental de la base de un buen diseño.

- El color, como elemento claramente evidenciado de nuestro diseño, puede ser la clave de nuestro éxito.

3.3.2 Tamaño

El tamaño para una revista varía según la publicación pero la mayoría tienen un aproximado de 20 centímetros de ancho por 27 centímetros de largo; sin embargo, existen varios formatos para realizar una publicación como el Din A4* que es la medida de folio más extendida y el Din A5** que es la medida de una cuartilla.

A diferencia de los periódicos, en los cuales sí existen 4 tamaños principales que son: **el estándar, el tabloide, medio tabloide y el europeo o berlinés**. “Las medidas aproximadas de un periódico estándar son de 38 por 58 centímetros. Las de un tabloide de 29 por 38 centímetros”.¹⁵

3.3.3 Tipo de papel

El papel es una parte muy importante en las publicaciones debido a que en él se plasmará el trabajo de la editorial. El papel se hacía a través de las fibras de celulosas de las plantas o los árboles. Las celulosas es un compuesto químico del carbón, hidrógeno y oxígeno. De forma tubular, estas fibras se hinchan cuando se mojan y, cuando



Logo PIPSA.

<http://www.corpdgo.com/pipsa-mex/inicio.htm>

*Tamaño normalizado del papel, es el más utilizado en las fotocopiadoras e impresoras de oficina y mide 210 mm por 297 mm.

**Tamaño normalizado del papel de 148 mm por 210 mm.

¹⁵ Carlos González. Principios básicos de la comunicación. México, Ed. Trillas, 2007, p. 38.

se secan en contacto con las otras, generan su propia gelatina “adhesiva”. Ello unido a la fibrilación*** da lugar a un material extremadamente fuerte.

De esta forma podemos deducir que “el papel es un material de estructura porosa fabricado a partir de materias fibrosas, de un gramaje inferior a los 225 gramos”.¹⁶

Las dos clases principales de papeles son los **alisados** y los **satinados**. Los primeros son de una superficie un poco áspera y se suele emplear como papel prensa, o para impresos que sólo tienen texto y grabados de línea, mientras que los segundos son los que se conocen como **couché** o **estucado**; de estos dos existe el mate y el semimate con un gramaje de 125 gramos por metro cuadrado aproximadamente y es el ideal para la impresión a colores y de fotografías; por tal motivo es que la mayoría de las revistas utilizan este papel, debido a que su acabado liso y poco absorbente permite mejorar la definición en los detalles.

Por otra parte, es importante saber que la industria papelera mexicana se estableció en la década de los noventa, sin embargo, antes de este periodo, las empresas productoras de papel mexicanas eran pequeñas fábricas y no contaban con la infraestructura adecuada para poder producir el papel necesario que satisficiera al país.

Hablar de la industria papelera en México implica hablar de Productora e Importadora de Papel, S.A. (PIPSA) debido a que es una gran empresa que controla el papel que se maneja en nuestro país para poder realizar las publicaciones.

***Ruptura y desgaste de las fibras para formar pelos como hilos que se unen entre sí.

¹⁶ Luis Miguel Notario. Manual para pequeñas publicaciones. Cómo hacer periódicos y revistas. Madrid, Editorial CCS., 3ra. Ediciónm, 2000, p. 187.

PIPSA es el mayor productor de papel para impresión y escritura en México y América Latina, al tener una capacidad de producción de 420 mil toneladas de papel anuales de las cuales, el 25% son exportadas a Estado Unidos.

PIPSA quedó constituida el 10 de septiembre de 1935 bajo la dirección y vigilancia de la Secretaría de la Economía Nacional como resultado de una crisis nacional en el consumo del papel y posteriormente pasó a manos de la Secretaría de Gobernación.

A partir de su privatización, PIPSA se ha convertido en el proveedor más competitivo y confiable para el mercado mexicano.

3.3.4 Diagramación

La diagramación es también conocida como maquetación, la cual se encarga de organizar los contenidos de las páginas de una publicación, tanto escritos como visuales; es decir las fotografías o imágenes y sin excepción alguna todas las revistas cuentan con una maquetación base que es una “plantilla con indicación de los elementos comunes con todas las páginas y secciones de la publicación”.¹⁷ Esta diagramación aporta al fascículo “una sensación de unidad y orden y representa una gran ayuda para el maquetador”.¹⁸

Antes de comenzar la diagramación se tiene que definir el documento, es decir, definir el área sobre la que se realizará el trabajo, que como ya se había mencionado anteriormente, el tamaño más común para las revistas es el Din A4.

¹⁷Francisco Javier Torres. El periodismo mexicano. Ardua lucha por su integridad. México, D.F., Ed. Coyoacán S.A. de C.V., 2da. Edición, 1999, p. 186.

¹⁸ Ídem

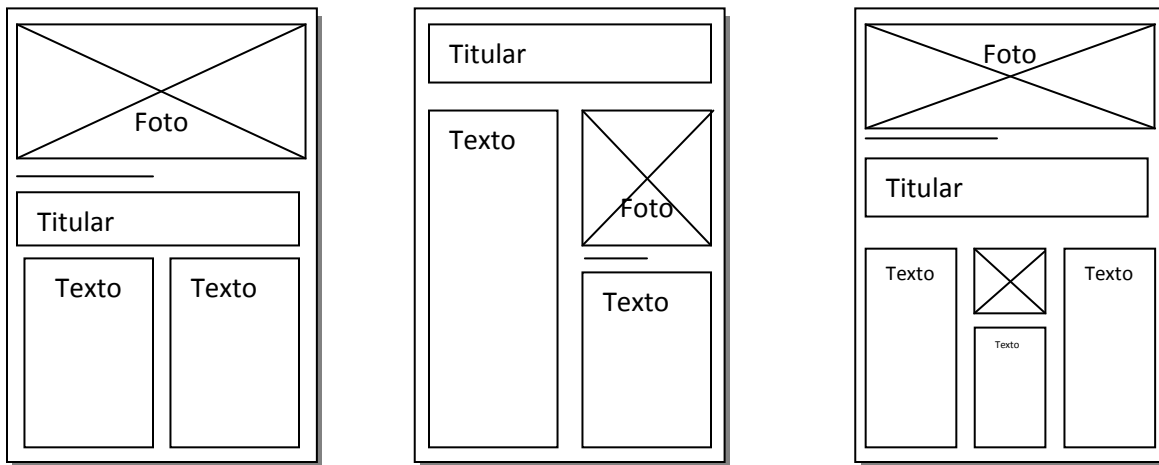
Todos los trabajos de maquetación se realizan con la **retícula compositiva** que es una plantilla utilizada para componer un documento con muchas páginas, ayudando a que éste sea ordenado, legible y claro.

Existen tres tipos de retículas compositivas: la simple, la de 2 columnas y de 3 a 6 columnas. En la siguiente tabla se puede ver qué tipo de retícula compositiva utilizan algunas revistas:

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	RETÍCULA COMPOSITIVA
¿Cómo ves?		3 columnas
Avance y Perspectiva		2 columnas
Revista Latinoamericana de Estudios educativos		Simple
Revista de la Educación Superior		2 columnas

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	RETÍCULA COMPOSITIVA
EDUCARE		2 columnas
La Tempestad		2 columnas
Muy Interesante		3 columnas
National Geographic en Español		2 columnas
Siempre!		2 columnas

La maquetación en una revista es muy diferente a la que se puede hacer en un periódico debido a que el formato suele ser pequeño y los temas ocupan más espacio; sobre todo domina el elemento gráfico como las imágenes y el color. En el libro de *Manual para pequeñas publicaciones* se muestran algunos ejemplos de maquetación para revistas:

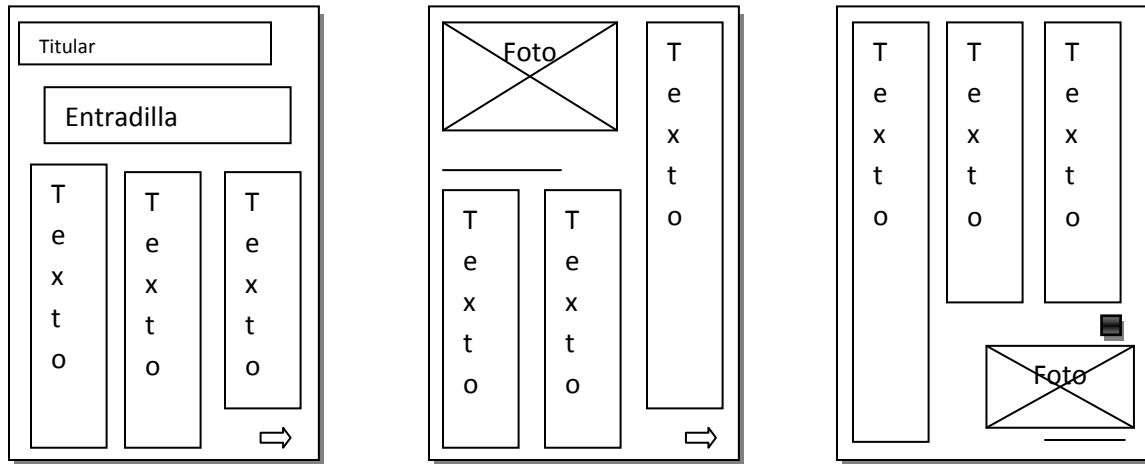


Según el manual es conveniente maquetar en el siguiente orden: foto, pie de foto, titular y texto, aunque el formato en la revista es más libre en la maquetación.

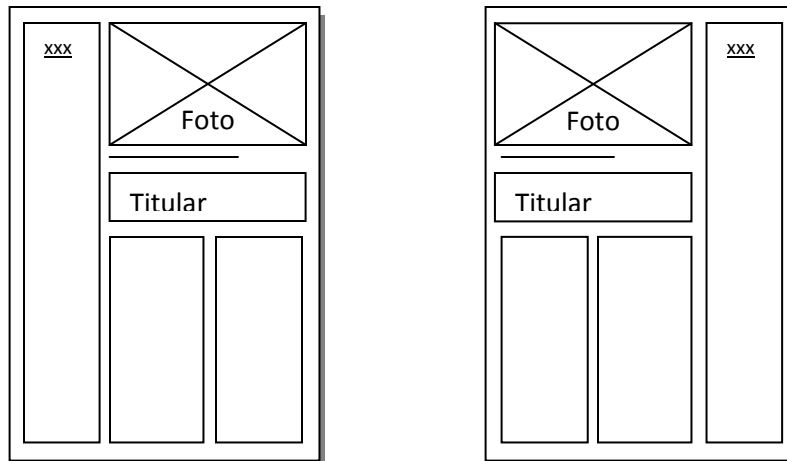
En los siguientes ejemplos se muestran páginas que pertenecen a una misma información. Lo más sobresaliente de la primera página es la entradilla.¹⁹ La flecha de la columna final nos indica que el texto sigue y la página final muestra el topo²⁰ el cual informa al lector que el texto ha acabado.

¹⁹ Texto que antecede al cuerpo de la información para resumir los datos esenciales del hecho que describe, o para interesar al lector sobre el tema con el fin de que siga leyendo. (Luis Miguel Notario., *op. cit.*, p. 179).

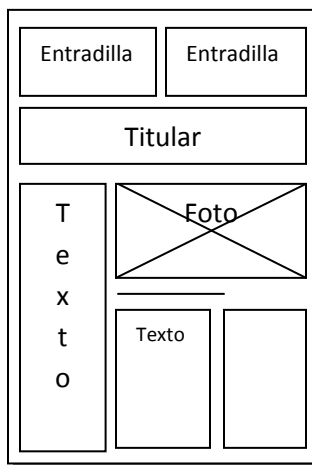
²⁰ Carácter de imprenta empleado, casi siempre una figura geométrica sencilla, usada para resaltar divisiones, separar párrafos, señalar el final de un artículo, etc. (Luis Miguel Notario., *op. cit.*, p. 194).



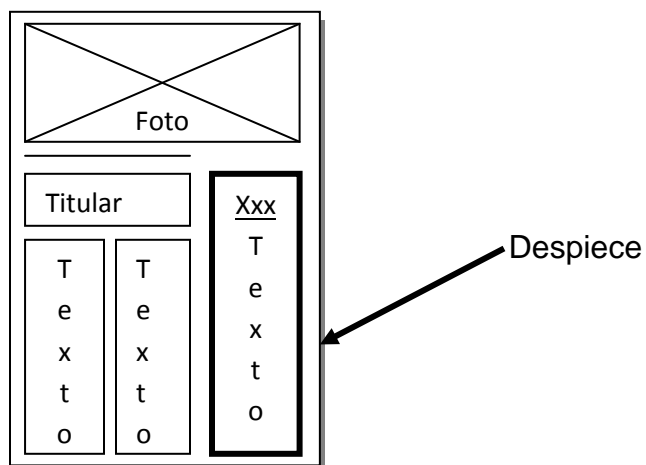
Las dos páginas siguientes tienen los mismos elementos, pero cambiados de lugar. Estos ejemplos, muestran que la información de más columnas se deben situar justo al lomo.



En el siguiente ejemplo la entradilla está en lo alto de la página como resumen de la información. Este ejemplo de diagramación es una página para grandes reportajes que ocupan más de una cuartilla, ya que esa entradilla puede hacer las funciones de resumen.

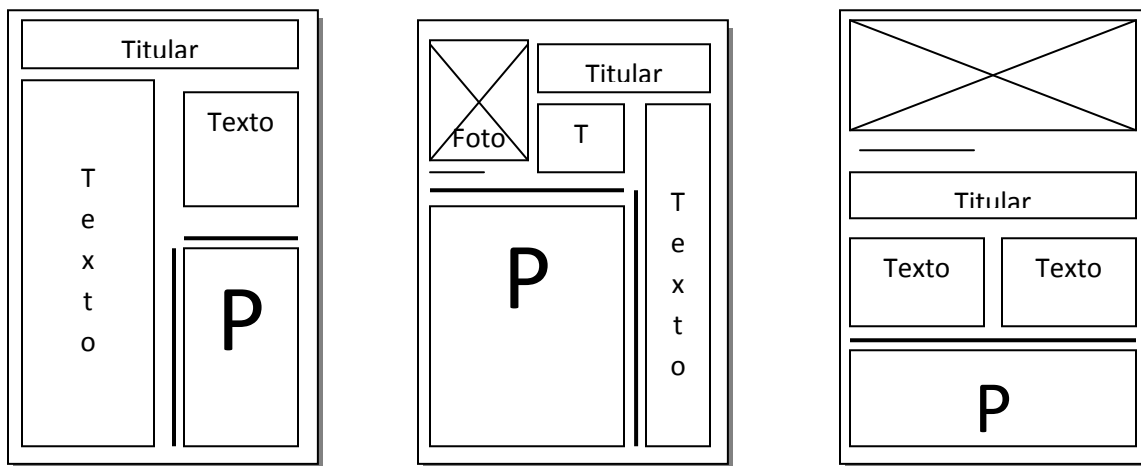


En el siguiente ejemplo, la página incluye un despiece²¹ en la tercera columna



²¹ Breve texto que presenta una información subordinada a otra principal. Ofrece datos complementarios interesantes. (Luis Miguel Notario., *op. cit.*, p. 178).

En los siguientes ejemplos, las páginas presentan publicidad y en ellas se muestra que la publicidad normalmente va a pie de la página, junto al corte y separada con filetes²² y corondeles²³.



Como podemos ver con los ejemplos antes citados, la diagramación es muy importante para saber dónde y cómo vamos a colocar todos los elementos que permitirán el diseño de la revista, mismos que atraerán la atención del lector; además hay que recordar que en la revista, la forma de colocar la información, imágenes y publicidad dependerá del jefe o encargado de la maquetación y el diagrama es totalmente libre.

²² Líneas de distintos gruesos y trazados, que se emplean para ornamentar, recuadrar, subrayar, separar columnas u otros elementos de una página (información, publicidad). Si el filete es muy intenso, no conviene que sea muy grueso. (Luis Miguel Notario., op. cit., p. 180).

²³ Línea fina, filete delgado (de 0.2 mm aproximadamente) u orilla sencilla que separa las columnas de texto o los anuncios publicitarios de una página. (Luis Miguel Notario, op. cit., p. 176).

3.4 Directorio de la publicación

El directorio de la publicación se refiere a los puestos que existen para llevar a cabo una revista; estos puestos varían según lo que se edite y existen algunas revistas donde hay muchos puestos, esto con la finalidad de que el trabajo se reparta equitativamente.

Las publicaciones que cuentan con pocos integrantes cuentan con más de una tarea y en ocasiones existen errores debido a que una persona no puede cubrir con satisfacción y al cien por ciento las tareas encomendadas.

Algunos de los puestos más comunes y departamentos que existen en todas las revistas son los siguientes:

3.4.1 Editor

El editor es aquella persona o empresa que se dedica a la publicación de libros y revistas; según Luis Miguel Notario, el editor no participa directamente en las labores de redacción, composición y administración.

Generalmente es quien brinda el dinero para editar la publicación en los casos en los que ésta no se autofinancie y asume la responsabilidad ideológica y legal.

3.4.2 Departamento de Dirección

Este departamento se conforma principalmente por el Director, Subdirector y el Redactor Jefe o Jefe de Redacción y los tres en conjunto asumen la responsabilidad del proceso de elaboración de cada fascículo.

El **Director** tiene la responsabilidad de que cada número se concluya de forma adecuada. Las principales funciones del Director según el libro *Manual para pequeñas publicaciones* son las siguientes:

- Conocer el organigrama y su función; es decir, quién se encarga de cada tarea.
- Elegir, junto con el Subdirector y el Redactor Jefe el tema a tratar en el próximo editorial.
- Permanecer en contacto con el Director Administrativo para conocer su trabajo y la gestión económica de la publicación.
- Leer todas las páginas de la publicación antes de ser enviada a la imprenta para evitar errores.
- Comprobar que no exista ningún error en la maquetación.

El Director debe conocer la realidad de la publicación, tanto los recursos humanos como los recursos materiales y económicos con los que cuenta.

El **Subdirector** tiene dos funciones importantes, una de ellas es apoyar al Director en la responsabilidad que conlleva realizar una publicación y la otra es asumir esa responsabilidad cuando éste no pueda hacerlo; otra función que realiza es encausar el trabajo de los colaboradores debido a que estas personas no trabajan directamente en la elaboración de la publicación, es por ello que el Subdirector es el encargado de contactarlos para pedirles su participación sobre algún determinado tema.

Sin embargo, otras de sus funciones son:

- Participar con el Consejo de redacción para dar a conocer los temas que van a tratar los colaboradores.
- Intervenir en la redacción del editorial, así como la elección de los artículos y columnistas para la sección de opinión, si es que la revista cuenta con dicha sección.

El **Redactor Jefe** se encarga de dirigir el trabajo de los redactores, corresponsales e informadores gráficos y sobre él recae la responsabilidad de coordinar todas las secciones de la publicación, asimismo, se encarga de repartir el espacio de las páginas de información, con la ayuda del Jefe de Maquetación. La jerarquización de la información que él decida dependerá del reparto final de la página.

Por otra parte, es el encargado de elegir, junto con el redactor de cada información, las fotografías que van a incluirse en cada página, así como dominar la redacción periodística para corregir los defectos de los redactores.

3.4.3 Departamento de Redacción

En este departamento trabajan principalmente los redactores, corresponsales e informadores gráficos que se encargan de recoger toda la información para publicar la revista.

El **Redactor** tiene como funciones ofrecer información, redactar crónicas, hacer reportajes, entrevistas y tiene que dominar todos los géneros periodísticos que se relacionen con la información de la sección que está a su cargo.

En ocasiones, también, debe convertir, si es necesario, en columnas los textos que el mismo escribe y una vez acabada esta tarea, las columnas se pasarán

directamente al Departamento de Maquetación y Montaje para que éstos las monten en su lugar correspondiente.

Otra de sus funciones es elegir, junto al Redactor Jefe, las fotografías que el informador gráfico le presente sobre el tema que trabaja, ya que los acontecimientos se cubren con un redactor y un informador gráfico.

Por otra parte, en el Departamento de Redacción también están los Informadores Gráficos que son los fotógrafos de la publicación y su labor consiste en asistir a aquellas actividades que vayan a ser publicadas en la revista. El Redactor Jefe es quien organiza a los Informadores Gráficos para que consigan fotografías de todos los eventos a los que asistan.

En cada una de las fotografías, una vez reveladas, el fotógrafo debe indicar, por detrás, su nombre y la fecha en que fueron tomadas.

Los Corresponsales se rigen por las mismas normas de los redactores, la única diferencia es que, así como los redactores se encargan de informar acerca de un determinado asunto, los corresponsales se mueven en una forma concreta.

Al igual que el redactor debe dominar todos los géneros periodísticos ya que tiene que estar preparando para informar sobre cualquier asunto de interés que tenga lugar en su ámbito de cobertura, ya sea un acontecimiento cultural, un problema político, una celebración festiva, etc.; sin embargo el género periodístico que más utilizan es la crónica debido a que les permite dar una visión general de todo lo que acontece en un determinado periodo de tiempo dentro de una zona.

3.4.4 Departamento de Maquetación y Montaje

Este departamento tiene como misión montar los contenidos de cada página de la publicación: publicidad, información, titulares, ilustraciones, entre otras. Las personas que se encargan de esto son el Jefe de Maquetación, el Dibujante y los Maquetadores, ellos le dan forma a la publicación.

El **Jefe de Maquetación** se encarga de diseñar las maquetas de cada página después de haberse decidido los contenidos; decide qué imágenes o ilustraciones se incluirán en aquella información en la que el redactor no ha propuesto ninguna; supervisa todas las páginas después de haber sido montadas.

El **Dibujante** tiene como labor principal dibujar todo tipo de ilustraciones que el jefe de maquetación le pida; por otra parte colabora con el diseño de la maquetación base, sin embargo, también supervisa y colabora en las tareas de montaje con los maquetadores participa en la creación y el diseño de anuncios publicitarios junto al encargado de Publicidad y Promoción.

Los **maquetadores** se encargan de realizar el montaje de las páginas de la revista, distribuyendo de la mejor manera la publicidad, la información, las ilustraciones, etc. Su principal obligación es la de dominar las técnicas del montaje; especialmente las reglas del mismo.

3.4.5 Colaboradores

Estas son personas que están interesadas en escribir para la publicación, ya sea por voluntad propia o porque el Subdirector de la revista los busca para participar en ella, sin embargo, no contribuyen directamente con la elaboración, solamente proporcionan sus escritos, ya sean una opinión, reportaje, entrevista, etc.

Existen dos tipos de colaboradores; los fijos y los ocasionales. Los fijos generalmente son columnistas y tienen su propio espacio en todos los números de la publicación. Ellos se dedican a escribir una columna o un comentario y suelen ser personas de prestigio que cuentan con experiencia sobre temas que la publicación quiere dar a conocer.

Los colaboradores ocasionales son los articulistas o reporteros eventuales, los cuales prestan sus servicios a la publicación cuando ellos mismos lo creen conveniente o cuando el Departamento de Dirección los requiere.

3.4.6 Departamento de Administración

Las funciones primordiales de este departamento son tres: búsqueda de financiamiento, gestión económica y secretaría. En cuanto a la búsqueda de financiamiento se refiere a que la empresa buscará las fuentes de ingresos para que la publicación pueda salir adelante.

Por otra parte, la gestión económica permitirá organizar la contabilidad de una forma clara y ordenada; por último las funciones de secretaría organizarán la información interna y externa a través de correspondencia, reuniones, etcétera.

Este departamento está conformado principalmente por el Director Administrativo que a su vez se encuentra respaldado por tres delegaciones: Materiales, Publicidad y Promoción, y Distribución y Ventas.

El **Director Administrativo** es uno de los miembros fundadores de la publicación, ya que su cargo es uno de los de mayor responsabilidad, por lo que debe ser una persona de confianza la que ocupe este puesto.

Entre sus funciones están las de:

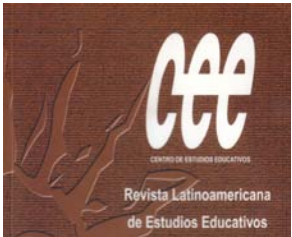
- Coordinar los trabajos del Departamento de Administración.
- Conseguir el financiamiento para la publicación, tanto de instituciones públicas como privadas.
- Llevar al día la contabilidad de la publicación.

El **Delegado de materiales** tiene como función pedir el presupuesto que necesita cada departamento para presentarlo ante la Comisión de Gobierno y adquirir los materiales necesarios.


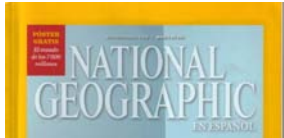
El **Delegado de Publicidad y Promoción** ofrece a diferentes empresas la posibilidad de promocionarse en la revista; para lograr esto, existen tres elementos básicos de la publicidad como fuente de financiación que son: la tarifa de los precios, la oferta al anunciante y el contrato; estos elementos dependerán de la sección de la publicación donde el anunciante quiera mostrar su producto.

En la siguiente tabla podemos observar los precios que hasta el año 2010 tienen algunas revistas en el Distrito Federal:²⁴

²⁴ Mediavyasa. 2010. [en línea]. 13 de noviembre del 2010. Disponible en: www.mediavyasa.com

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	TARIFAS
<p>¿Cómo ves?</p>		<p>Plana Color: \$ 25,000.00</p> <p>1/2 Plana Color: \$ 15,000.00</p> <p>Cuarta de Forros: \$ 45,000.00</p> <p>Tercera de Forros: \$ 40,000.00</p> <p>Segunda de Forros: \$ 40,000.00</p>
<p>Avance y Perspectiva</p>		<p>No tiene tarifas debido a que la publicidad existente en ella es de tipo gubernamental</p>
<p>Revista Latinoamericana de Estudios Educativos</p>		<p>No tiene tarifas debido a que no tiene publicidad alguna.</p>

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	TARIFAS
<p>Revista de la Educación Superior</p>		<p>No tiene tarifas debido a que no tiene publicidad alguna.</p>
<p>EDUCARE</p>		<p>No tiene tarifas debido a que la publicidad existente en ella es de tipo gubernamental.</p>
<p>La Tempestad</p>		<p>Plana Color: \$ 40,000.00</p>

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	TARIFAS
<p>Muy Interesante</p>		<p>Plana Color: \$ 145,962.00</p> <p>Plana ByN: \$ 51,090.00</p> <p>1/2 Plana Color: \$ 83,006.00</p> <p>1/2 Plana ByN: \$ 91,249.00</p> <p>1/4 Plana Color: \$ 46,467.00</p> <p>1/4 Plana ByN: \$ 51,090.00</p> <p>Cuarta de Forros: \$ 182,437.00</p> <p>Tercera de Forros: \$ 167,883.00</p> <p>Segunda de Forros: \$ 152,706.00</p>
<p>National Geographic en Español</p>		<p>Plana Color: \$ 102,376.00</p> <p>1/2 Plana Color: \$ 58,199.00</p> <p>1/2 Plana ByN: \$ 63,977.00</p> <p>Cuarta de Forros: \$ 127,955.00</p> <p>Tercera de Forros: \$ 117,724.00</p>

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	TARIFAS
<p style="text-align: center;">Siempre!</p>		<p>Plana Color: \$ 59,000.00</p> <p>1/2 Plana Color: \$ 43,000.00</p> <p>1/4 Plana Color: \$ 33,000.00</p> <p>Cuarta de Forros: \$ 75,000.00</p> <p>Tercera de Forros: \$ 70,000.00</p> <p>Segunda de Forros: \$ 70,000.00</p>

Fuente: www.mediavyasa.com



El **Delegado de Distribución Ventas** tiene como funciones principales controlar el número de ejemplares que se distribuyen a cada vendedor; establecer los puntos de venta; organizar las suscripciones y enviar los ejemplares gratuitos a las entidades y personas que decida la Comisión de Gobierno.

La siguiente tabla muestra los puestos y/o departamentos con los que cuentan algunas revistas:

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	DIRECTORIO
<p>¿Cómo ves?</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Director General. • Coordinador de medios. • Subdirector de medios escritos. • Editora. • Asistente editorial. • Jefe de Redacción. • Coordinadores Científico. • Diseño. • Asistente de Diseño. • Asesoría. • Contenidos Digitales. • Colaboración Especial. • Comercialización. • Suscripciones. • Consejo Editorial.
<p>Avance y Perspectiva</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Director Editorial. • Subdirector de intercambio académico. • Jefe de difusión. • Corrector de Estilo. • Diseño. • Coordinador Editorial. • Apoyo Editorial

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	DIRECTORIO
<p>Revista Latinoamericana de Estudios Educativos</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Editor Responsable. • Editora Técnica. • Asesoría Editorial. • Corrección. • Formación electrónica y cubierta. • Distribución y ventas.
<p>Revista de la Educación Superior</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Consejo Editorial. • Editores Asociados. • Corresponsales. • Consejo Nacional. • Secretaría General Ejecutiva.
<p>EDUCARE</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Supervisor Editorial. • Coordinador Editorial. • Editor. • Consejo Editorial.

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	DIRECTORIO
<p>La Tempestad</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Director General. • Director Editorial. • Director Comercial. • División Editorial <ul style="list-style-type: none"> - Jefe de Redacción. - Director Creativo. - Coordinador Editorial. - Editor Web. - Mesa de Redacción. - Diseño. - Asistente Editorial. - Colaboradores. • División Comercial <ul style="list-style-type: none"> - Gerente de Ventas. - Ventas. - Gerente Administrativo. - Gerente de Distribución. - Contabilidad y Administración. - Suscripción. - Distribución.
<p>Muy Interesante</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Director Editorial. • Coordinador Editorial. • Corrector de Estilo. • Asesoras Editoriales. • Coordinador de Arte. • Diseño. • Director creativo. • Colaboradores. • Dirección General de Ventas.

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	DIRECTORIO
<p>National Geographic en Español</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Editor en Jefe. • Editorial. <ul style="list-style-type: none"> -Coordinadora Editorial. -Redactor. • Asesor Editorial • Arte <ul style="list-style-type: none"> -Director de Arte -Diseñador. Director Creativo. • Colaboradores Externos. <ul style="list-style-type: none"> -Editor de Cierre -Corrección de Estilo. -Colaboradora Editorial. -Asesor Fotográfico. • Consejo Editorial. • Coordinación de Asesores. • Digital. <ul style="list-style-type: none"> -Director Digital -Director Editorial Online. • Producción. • Traductores. • Ventas. • Finanzas.
<p>Siempre!</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Director General. • Jefe de Redacción. • Jefe de Información. • Director de la Cultura en México. • Jefe de Diseño. • Fotógrafo. • Fotografía. • Gerente de Publicidad.

CAPÍTULO IV

¿CÓMO, CUÁNDO Y
DÓNDE SE VENDEN
LAS REVISTAS
EDUCATIVAS?

CAPÍTULO IV

¿Cómo, cuándo y dónde se venden las revistas educativas?

4.1 Tiraje: **Secretaría Técnica de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas (STCCPRI) y Padrón Nacional de Medios Impresos (PNMI).**

El tiraje no es más que el número de ejemplares que una revista o periódico reproducen para poder distribuir en los puntos de venta.

El tiraje de cada publicación dependerá de la periodicidad de la misma pero sobre todo de la aceptación que tenga en los lectores.

Para poder realizar este tiraje antes que nada se debe de saber, que la Secretaría de Gobernación cuenta con un organismo que es la **Secretaría Técnica de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas (STCCPRI)** y con el **Padrón Nacional de Medios Impresos (PNMI)**.

La Secretaría Técnica de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas (STCCPRI) es un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Gobernación, adscrito a la Subsecretaría de Normatividad de Medios.

“La STCCPRI tiene como facultad el examen del título y contenido de las publicaciones y revistas ilustradas, a efecto de declarar su licitud o, en su defecto, ilicitud”.¹

¹ Secretaría Técnica de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas (STCCPRI), 2010 [en línea]. 14 de noviembre del 2010. Disponible en:

<http://www.stccpri.gob.mx/Portal/PtMain.php?pagina=quienes-somos>

Entre los servicios y trámites que la STCCPRI ofrece están los siguientes

- **Certificados de Licitud de Título y Contenido.**

Antes de iniciar cualquier trámite ante la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, se debe acudir a la Dirección General de Reservas del Instituto Nacional del Derecho de Autor, en donde se debe solicitar la expedición de un certificado de reserva de derechos al uso exclusivo del título, sin el cual no podrá darse inicio al trámite de calificación, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 13 del Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas.

Los documentos que se deben anexar para solicitar certificado de licitud de título y contenido hasta el año 2010 son los siguientes:

- Copia del certificado de reserva de derechos al uso exclusivo del título vigente, expedido por el Instituto Nacional de Derechos de Autor.
- Documentos que acrediten la personalidad del propietario del medio impreso:
 - Copia certificada del acta constitutiva (cuando se trate de personal moral).
 - Copia de la identificación oficial (en el caso de persona física).
 - Copia de identificación oficial de la persona física que tendrá el carácter de editor responsable.
- En caso de que se otorgue representación legal:
 - Poder notarial, escrito de autorización o carta poder (certificada ante fedatario público o ratificada ante este órgano), firmado por la persona que aparece como titular del certificado de reserva al uso exclusivo del título. En caso de que éste sea una persona moral, firmará la persona

física que acredite, mediante el instrumento notarial correspondiente, ser el representante legal de la misma.

- Copia de identificación oficial de las personas que otorgan la representación.
- Copia de identificación oficial de las personas que aceptan la representación.
- Comprobante de pago de derechos (ver sección de costos y formas de pago).
- En caso de que la publicación se editara en idioma distinto al español, la traducción correspondiente.
- Cinco ejemplares de cada uno de los tres últimos números publicados cuando la periodicidad de la misma sea diaria, semanal, o quincenal, revisando que el número de edición de los mismos corresponda con el asentado en la solicitud. En el caso de las publicaciones mensuales, bimestrales, etc., bastará con el último número.

EJEMPLO

Tiempo, revista mensual enero de 2003. Editor Responsable: Armelia Cue Cantu. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 2004-032611211700-102. Número de Certificado de Licitud de Título: (en trámite). Número de Certificado de Licitud de Contenido. (en trámite). Domicilio de la Publicación: Atenas No. 5 Col. Juárez C. P. 06600, México, D. F. Imprenta: Mexprint. Durango No. 3 Col. Roma C. P. 06700, México, D. F. Distribuidor, Despacho Everardo Flores, Serapio Rendón No. 87 Col. San Rafael C. P. 06470, México D. F.

Todos estos trámites tienen un costo y están establecidos con fundamento en lo dispuesto en los artículos 19 y 19-1 de la Ley Federal de Derechos. Los costos hasta el año 2010 son los siguientes:²

TRÁMITE	COSTO	CLAVE DE REFERENCIA
Art. 19 Fracc. I. Certificado de licitud de título.	\$2,178.00	014000058
Art. 19 Fracc. II. Certificado de licitud de contenido.	\$2,722.00	014000058
Art. 19 Fracc. III. Duplicado de certificado de licitud de título.	\$1,089.00	014000058
Art. 19 Fracc. IV. Duplicado de licitud de contenido.	\$1,361.00	014000058
Art. 19 Fracc. V. Registro de cambio de editor responsable.	\$1,939.00	014000058
Art. 19-1. Por la expedición de la constancia de registro a distribuidores de publicaciones editadas e impresas en el extranjero.	\$5,503.00	014000067

Por otro lado, el Padrón Nacional de Medios Impresos es una herramienta que ofrece la Secretaría de Gobernación, a través de la Subsecretaría de Normatividad de Medios. En el Padrón se encuentran los periódicos, revistas, encartes y suplementos que de manera voluntaria se registran para certificar los lugares o

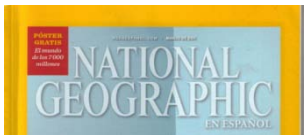
²Ídem.


regiones donde se distribuyen; las personas que los leen y el número de ejemplares que circulan periódicamente en cada localidad.

En la siguiente tabla podemos observar las publicaciones que están registradas ante el Padrón Nacional de Medios impresos:

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	REGISTRO EN EL PNMI
¿Cómo ves?		NO CUENTAN CON REGISTRO EN EL PNMI
Avance y Perspectiva		NO CUENTAN CON REGISTRO EN EL PNMI
Revista Latinoamericana de Estudios Educativos		NO CUENTAN CON REGISTRO EN EL PNMI
Revista de la Educación Superior		NO CUENTAN CON REGISTRO EN EL PNMI
EDUCARE		NO CUENTAN CON REGISTRO EN EL PNMI
La Tempestad		NO CUENTAN CON REGISTRO EN EL PNMI

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	REGISTRO EN EL PNMI
<p>Muy Interesante</p>		<p>Nombre de la publicación: Muy Interesante</p> <p>Tipo de publicación: Revista</p> <p>Periodicidad: Mensual</p> <p>Asociado a la agrupación: Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM)</p> <p>Casa Editorial: Grupo Editorial Televisa</p> <p>Promedio de circulación pagada: 176,513 ejemplares.</p> <p>* Circulación Certificada por Instituto Verificador de Medios, A.C. (IVM).</p> <p>Periodo certificado: abr.2008-jun.2008</p> <p>Fecha de certificado: 29/05/2009.</p> <p>* Registro en el PNMI: 12/07/2004.</p> <p>Ámbito geográfico de cobertura en el Distrito Federal: 51,794 ejemplares.</p>

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	REGISTRO EN EL PNMI
<p>National Geographic en Español</p>		<p>Nombre de la publicación: National Geographic en Español</p> <p>Tipo de publicación: Revista</p> <p>Periodicidad: Mensual</p> <p>Asociado a la agrupación: Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) Casa Editorial: Editorial Televisa, S.A. de C.V.</p> <p>Promedio de circulación pagada: 130,326 ejemplares.</p> <p>* Circulación certificada por Instituto Verificador de Medios, A.C. (IVM).</p> <p>Periodo certificado: abr.2008-jun.2008</p> <p>Fecha certificado: 29/05/2009.</p> <p>* Registro en el PNMI: 19/01/2005.</p> <p>Ámbito geográfico de cobertura en el Distrito Federal: 31,297 ejemplares.</p>

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	REGISTRO EN EL PNMI
<p>Siempre!</p>		<p>Nombre de la publicación: Siempre!</p> <p>Tipo de publicación: Revista</p> <p>Periodicidad: Semanal</p> <p>Asociado a la agrupación: Casa Editorial: Editorial Siempre, S.A.</p> <p>Promedio de circulación pagada: 47,500 ejemplares semanales.</p> <p>* Circulación certificada por Despacho Zumaya Corzo Castillo y Asociados, S. C.</p> <p>Periodo certificado: jul.2003-feb.2004</p> <p>Fecha certificado: 18/06/2004.</p> <p>* Registro en el PNMI: 29/06/2004.</p> <p>Ámbito geográfico de cobertura: Nacional.</p>

Álvaro Rattinger, en su escrito titulado “*El Dilema del Editor: Entre la Circulación Pagada y la Controlada*”, argumenta que las formas de distribuir el tiro total de la revista pueden ser en circulación pagada, controlada o gratuita.

Circulación pagada

Este tipo de distribución implica que el lector de la publicación paga por tener acceso a él, es decir, es un suscriptor. El cliente paga por adquirir el ejemplar a un precio menor al de punto de venta y recibirá la revista de manera periódica durante un tiempo determinado en el domicilio pactado.

Esto hace que el lector se transforme en un cliente que paga. El efecto inmediato de dicha colaboración es un compromiso de publicación durante el periodo asentado en el “contrato”; asimismo, esto hace más atractivo el medio para los anunciantes, ya que los lectores tienen las siguientes características: son clientes cautivos, tienen un poder adquisitivo determinado, se conocen sus datos socio-demográficos y existe una interacción constante.

La circulación pagada rara vez sostiene la infraestructura de la editorial. En teoría, el precio de la suscripción contempla solamente el costo de un ejemplar, es decir, para que representara utilidades tendrían que venderse en suscripción todos los ejemplares impresos; en otras palabras, todo el tiraje se destinaría a suscriptores.

Circulación gratuita

Distribuir una revista gratuitamente permite penetrar un mercado con mayor velocidad, pues hace suponer que el número de lectores será mayor.

La definición de circulación gratuita es sencilla, se reparten los ejemplares entre un mercado medianamente definido, principalmente alrededor de un interés particular como pueden ser competencias, eventos o conciertos.

Un factor importante de tomar en cuenta es que regalar el medio no permite tener datos específicos de los lectores ya que probablemente sólo verán la publicación en una ocasión.

El principal ingreso de las editoriales que utilizan esta estrategia son las inserciones pagadas dentro de la revista, normalmente los tirajes de dichas publicaciones son los más altos.

Circulación controlada

La circulación controlada es el socialismo de las estrategias de distribución y se basa en la perfección del mercado de lectores que recibe la revista.

Este principio resulta muy útil, especialmente en la etapa de lanzamiento, ya que los lectores a quienes se dirige la publicación necesariamente recibirán la revista para su evaluación y posteriormente habrá que realizar una labor de venta de suscripción.

La diferencia entre circulación controlada y gratuita es la capacidad de identificar a los lectores. La diferencia consiste en saber a quién se le regala la revista. Esto, evidentemente, impacta en la capacidad de segmentación y por consiguiente en el valor intangible que tiene para los anunciantes, especialmente para los que buscan dirigir su producto a mercados sumamente definidos.

Por otra parte, esta estrategia de circulación permite conocer el mercado de forma relativamente rápida. Si un medio se enfocara desde un principio a vender suscripciones, el tiraje no crecería rápido y esto afecta directamente el costo por millar de la revista, y entre más alto sea el costo por millar menos competitivo será en términos de tarifas publicitarias.

4.2 Periodicidad

La periodicidad de un medio impreso tiene que ver con el tiempo en el que se publica una revista o un periódico. Como su nombre lo dice diario o periódico, generalmente, se imprime diario; sin embargo, en el caso de las revistas no es así.

Raúl Rivadenerira Prada afirma en su libro *“Periodismo: La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación”* que la periodicidad es relativa al campo de actividad temporal de los medios y la función informativa que cumplen dentro de un espacio geográfico; asimismo, la periodicidad también debe de entenderse como regularidad ya que de ella depende que la tarea informativa mantenga coherencia.

Existen revistas en las que su periodicidad es semanal, mensual, bimestral, trimestral, semestral y anual; esto depende de cada publicación, según sus recursos, su misión, visión y perfil.

La mayoría de las revistas que circulan en el Distrito Federal son semanales; pero particularmente la calidad en sus hojas no es buena debido a algunas cuestiones, una puede ser que no cuenten con los recursos humanos suficientes para poder llevar a cabo el fascículo o que no cuenten con el presupuesto adecuado para tener una mejor calidad de impresión.

En la siguiente tabla se muestra la periodicidad de algunas revistas en el Distrito Federal:

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	PERIODICIDAD
¿Cómo ves?		Mensual
Avance y Perspectiva		Trimestral
Revista Latinoamericana de Estudios Educativos		Trimestral
Revista de la Educación Superior		Trimestral
EDUCARE		Mensual
La Tempestad		Bimestral

NOMBRE DE LA REVISTA	TÍTULO O LOGOTIPO	PERIODICIDAD
Muy Interesante		Mensual
Siempre!		Semanal

Como podemos ver en la tabla, la mayoría de las revistas antes mencionadas tienen una periodicidad mensual. *La Tempestad* saca al mercado su publicación bimestral debido a que es una revista que difunde arte de todo tipo: música, pintura, artes visuales, etcétera, lo que hace que su elaboración tarde más en llevarse a cabo.

Por otra parte, la revista ***Siempre!*** es un semanario; aun siendo una revista, muestra los acontecimientos más sobresalientes que se suscitaron a lo largo de la semana para darlos a conocer.

4.3 Distribución

Las revistas las podemos encontrar en algún kiosco de periódicos, centro comercial, establecimientos de prestigio etc., pero ¿cómo es que llegan a estos lugares para que puedan ser adquiridos? La respuesta es muy sencilla, en México existen cuatro grupos que controlan la distribución periódica de material impreso; uno es la Unión de Expendedores y Voceadores de los Periódicos de México, A.C., principalmente; sin embargo, también existen otras empresas que se dedican a la distribución como DIMSA y CITEM que distribuyen en los establecimientos cerrados e INTERMEX, ahora Grupo Editorial Televisa.

Unión de Expendedores y Voceadores de los Periódicos de México, A. C.



Voceadores de 1925. Disponible en:

<http://ciudadtijuana.com/blog23/tag/union-de-expendedores-y-voceadores-de-los-periodicos-de-mexico/>

La Unión se fundó en el año de 1923 con la tarea de distribuir eficientemente los numerosos productos informativos impresos que se conocen en nuestro país, contribuyendo así en la formación cultural, social y política de los mexicanos.

La Unión cuenta con aproximadamente 7,500 puntos de venta lo que la hace la red más grande de puntos de venta en el Área Metropolitana de la Ciudad de México; cubriendo así los lugares de afluencia de público y cruceros más importantes. Esta red se conforma por miles de familias, las cuales se encargan de distribuir cientos de publicaciones de todo tipo, ofreciendo información para toda la sociedad sin distinción alguna, lo mismo para un niño, un adulto, jóvenes o amas de casa.

El compromiso de los voceadores que pertenecen a este gremio es “llevar a las familias mexicanas, las noticias más importantes que se generaron en las últimas horas en el país”,³ gracias a ello, “las personas construyen una visión de lo que acontece al tiempo que se genera conocimiento”.⁴

En la actualidad este gremio ha crecido a lo largo de los años y tiene como visión “ser el más productivo socio de negocios en la distribución oportuna de periódicos, revistas, libros y todas las publicaciones”,⁵ mientras que su misión es “servir a Voceadores y Socios de Negocio con procesos óptimos de comercialización orientados al cliente con un servicio de Calidad”.⁶



Expendio de periódicos. Disponible en: <http://estoesperfecto.produccionesbalazo.com/?p=371>

³ Unión de Expendedores y Voceadores de los Periódicos de México - Voceadores de México – UVEPM, 2010 [video en línea]. 27 de noviembre del 2010 Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=7B0hzhtboCU>

⁴ *Ídem.*

⁵ UVEPM. *La Unión*. 2010. [en línea]. 27 de noviembre del 2010. Disponible en: <http://www.voceadoresmexico.com.mx/02union.html>

⁶ *Ídem.*

DIMSA



Logo de DIMSA.

Disponible en:

http://www.ecultura.gob.mx/libro_y_lectura/sitios_de_interes/editoriales/?lan=

Esta empresa trabaja en lugares cerrados y distribuye principalmente títulos en inglés; en los años 80 comenzó a repartir en los Samborn's los primeros comics norteamericanos. Sus operaciones las inició en el año de 1945 teniendo como objetivo hacer llegar a los lectores los mejores libros y revistas nacionales e internacionales.

En la actualidad, DIMSA utiliza los medios de transporte y entrega más actuales de la época para poder realizar su distribución por el Distrito Federal y Área Metropolitana.

CITEM

CITEM fue fundada por la familia De la Parra y sus siglas están formadas por las iniciales de los hijos de los fundadores Guillermo y Yolanda: Cristal, Idar, Tonatiuh, Emoe y Manelick. Hoy en día es una empresa que pertenece a Grupo Casa Saba la cual está especializada en la distribución de revistas, libros y productos de entretenimiento. En la actualidad, distribuye en 40% de las publicaciones en el país, teniendo cobertura también en Estados Unidos, Centro América, Sur América y el Caribe.

Entre los principales objetivos de CITEM destacan los siguientes:



<http://www.casasaba.com/publicaciones.htm>

- Contribuir al desarrollo de Clientes y Editores.
- Profesionar los canales de venta existentes y desarrollar los canales relevantes para venta de publicaciones.
- Tener un Liderazgo Tecnológico.
- Liderazgo en Servicio.
- Ofrecer asesoría para cada uno de sus clientes y editores basado en sus necesidades individuales.

INTERMEX



Logo Intermex.

<http://www.televisa.com/empresas/074298/distribuidora-intermex>

Intermex pertenece actualmente a Grupo Televisa y distribuye más del 67% de revistas de mayor circulación, con más de 15 millones de ejemplares facturados. Esta empresa nació en el año de 1969 para atender la demanda de los editores de distribuir y vender sus publicaciones con mayor eficiencia y cobertura en el territorio mexicano.⁷

Intermex cuenta con tecnología avanzada, la cual le permite ofrecer la mayor cobertura y una red de distribución de más de 25 mil puntos de venta en México.

Esta empresa cuenta con una cadena de valor, misma que se conforma por la relación entre los editores, proveedores, Intermex y los diversos puntos de venta. Esta relación está sustentada por soportes de información y servicios logísticos de calidad.⁸

⁷Televisa Intermex. 2010. [en línea]. 11 de diciembre del 2010. Disponible en: <http://www.esmas.com/intermex/>

⁸ ídem.



Flujos desde el editor al cliente con flujos de información.

http://www.esmas.com/intermex/img/cadena_valor02.jpg (11 de diciembre del 2010)

Aunque los grupos editoriales encargados de la distribución de las publicaciones son muchos, es un hecho que el control por la misma es fuerte y que el acaparamiento de la mayor parte de los números hace daño a la sociedad, en la medida en que tal acción cierra el acceso al público a cierta información que quizá le concierne y de la cual debería tener

conocimiento.

En nuestro país, aun en pleno siglo XXI, los distribuidores pueden volverse un grupo de presión debido a que pueden alentar o limitar la circulación de algún diario o revista como lo mencionó el Lic. Enrique Montes de la revista *Siempre!* donde asegura que el monopolio más grande en México es la Unión de Voceadores, la cual puede hacer un boicot si no se manda a ellos y no la distribuyen.

4.4 Perfil de los lectores

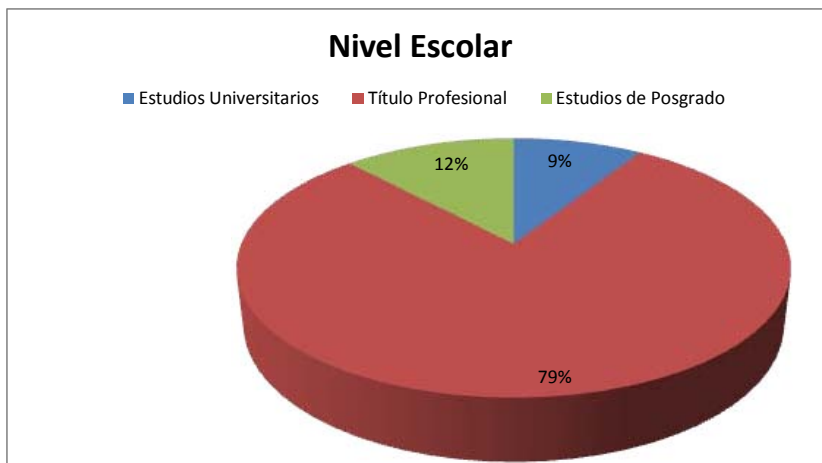
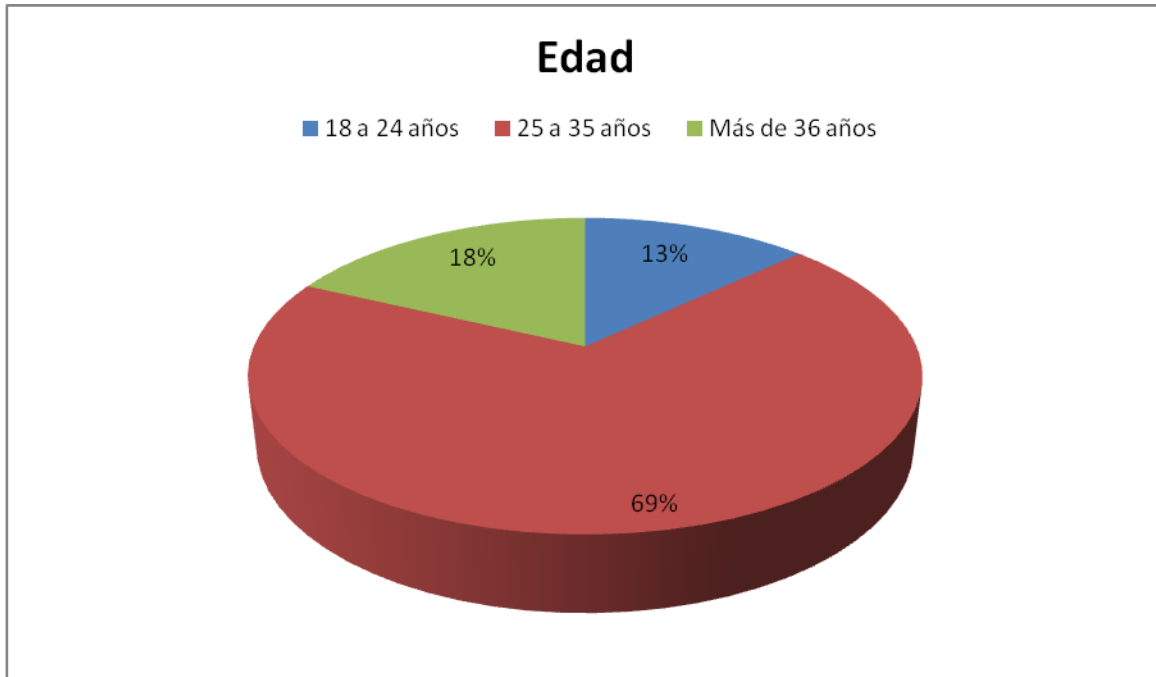
Todas las revistas en nuestro país cuentan con un perfil de lector, el cual se hace antes y después de que el fascículo se distribuya entre la población. Este perfil se realiza antes de su salida al mercado para saber cuál será el público objetivo al que se desea llegar, a esto se le conoce como **target**.

Cada *target* posee características y motivaciones que le son propias y que serán determinantes para aceptar o rechazar algún mensaje o información, es por esta razón que la editorial encargada de sacar al mercado una revista debe conocer bien el tipo de lector al cual le va a ofrecer su publicación, en base a esa información se podrán reunir las herramientas necesarias para poder despertar el interés del público.

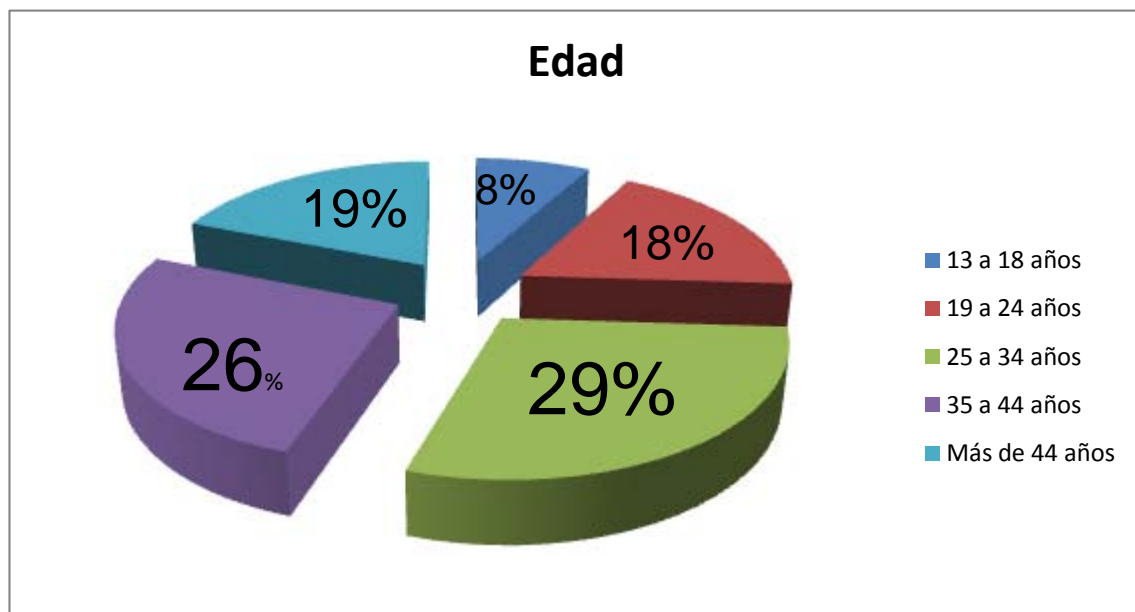
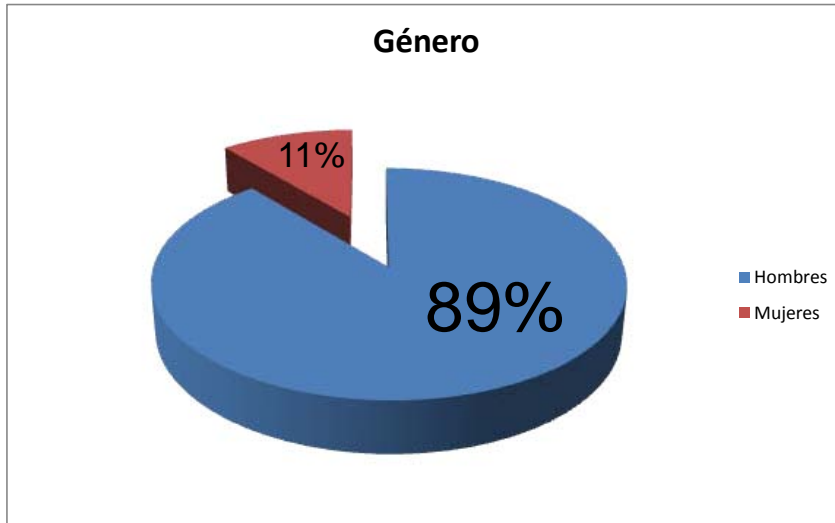
Una vez que la revista ha salido a la venta, las editoriales realizan estudios o encuestas para saber qué tan buena ha sido la aceptación entre los lectores. Este trabajo arroja resultados que ayudan a que los contenidos se vayan renovando y así la publicación tenga mayor demanda entre en público consumidor o en su defecto que salga de circulación.

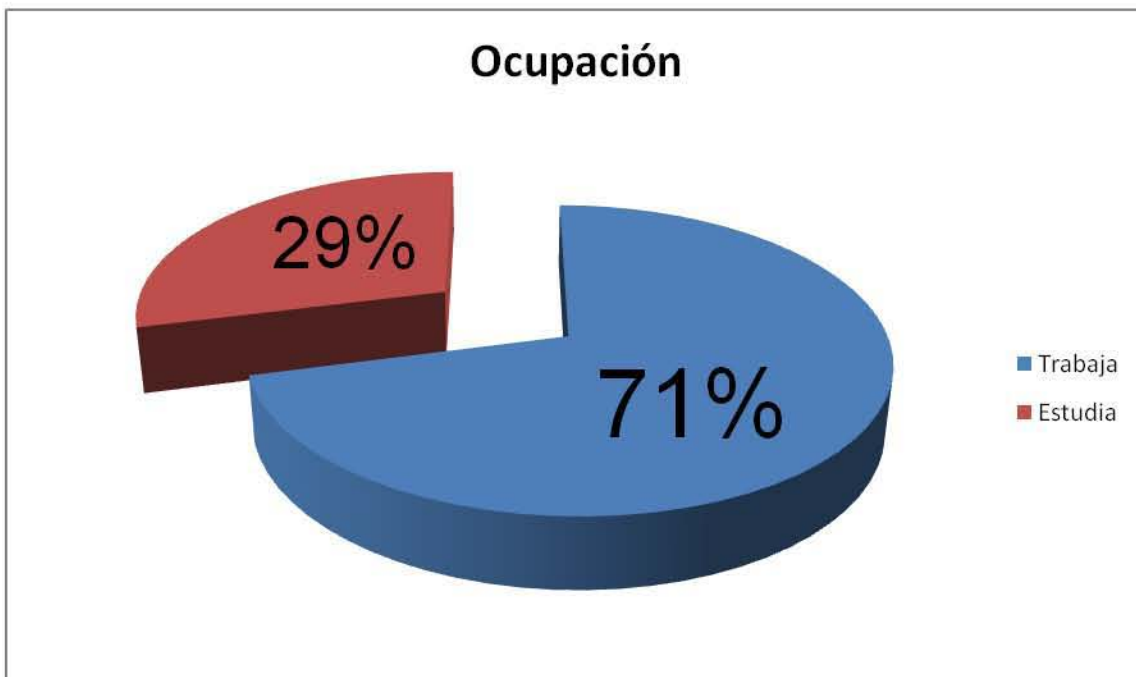
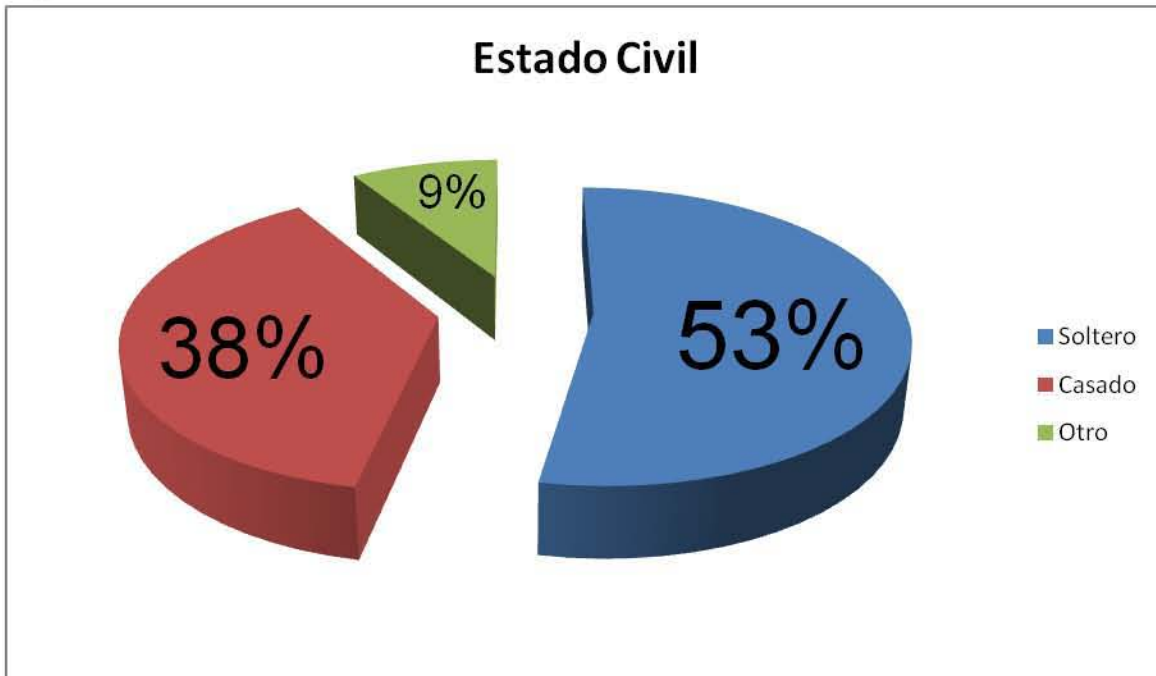
A continuación se presentan algunos perfiles de lectores de las revistas: “Muy Interesante”, “La Tempestad”, “Siempre! Presencia de México” y “National Geographic en español”; cabe señalar que las revistas “¿Cómo ves?”, “Avance y Perspectiva”, “Revista Latinoamericana de Estudios Educativos”, “Revista de la Educación superior” y “EDUCARE” no proporcionaron información sobre los perfiles de sus lectores; sin embargo, el Lic. Jorge Humberto Miranda, jefe de departamento de la revista EDUCARE, comentó en entrevista que esta publicación va dirigida principalmente a profesores de educación básica.

PERFIL DEL LECTOR DE LA REVISTA LA TEMPESTAD

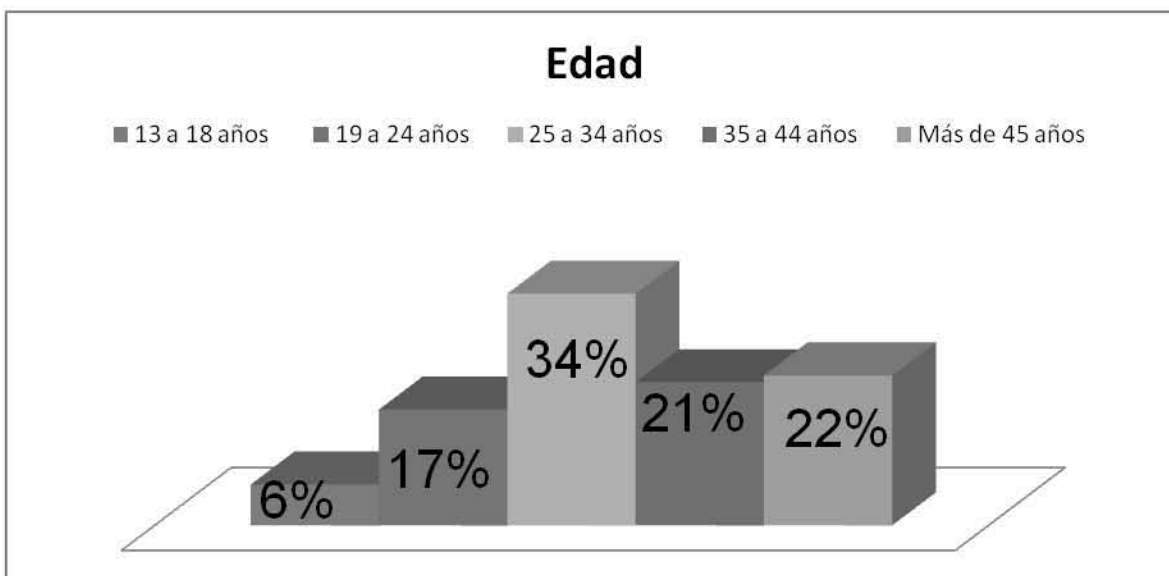
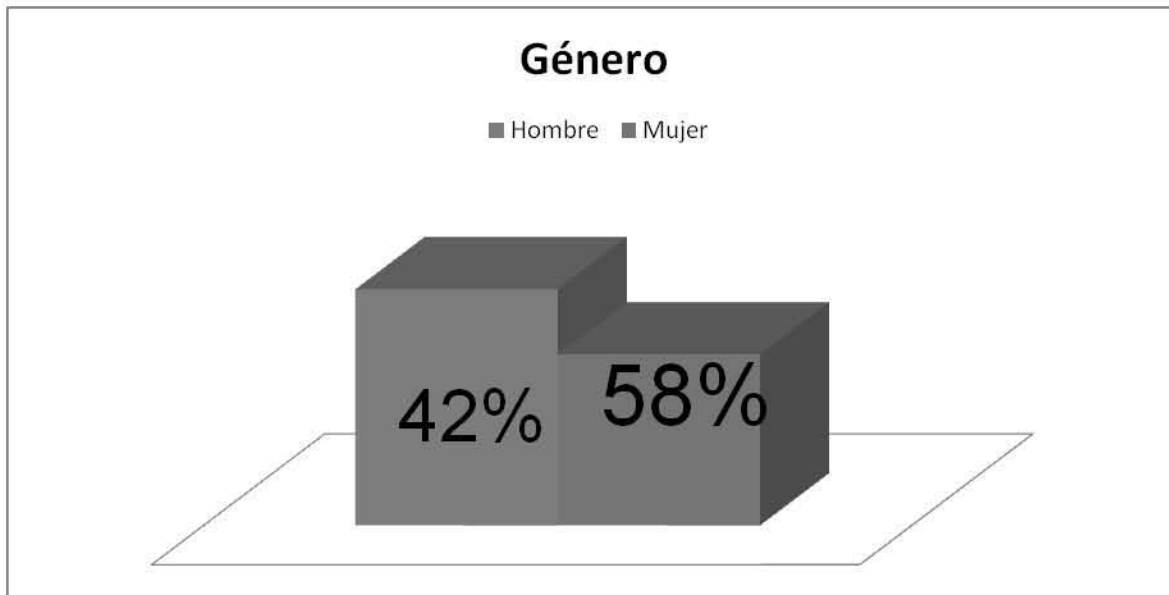


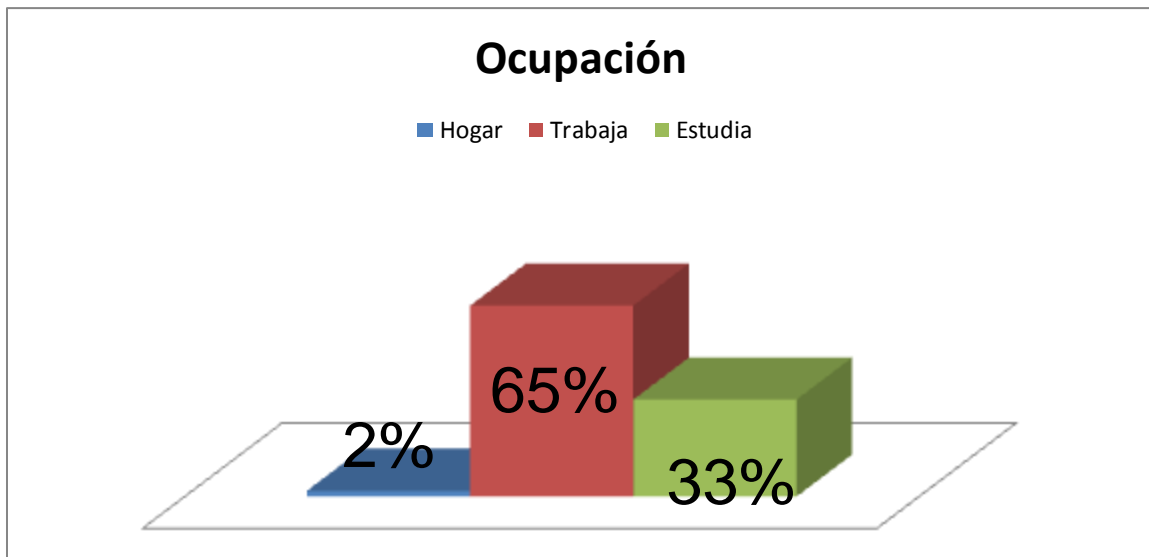
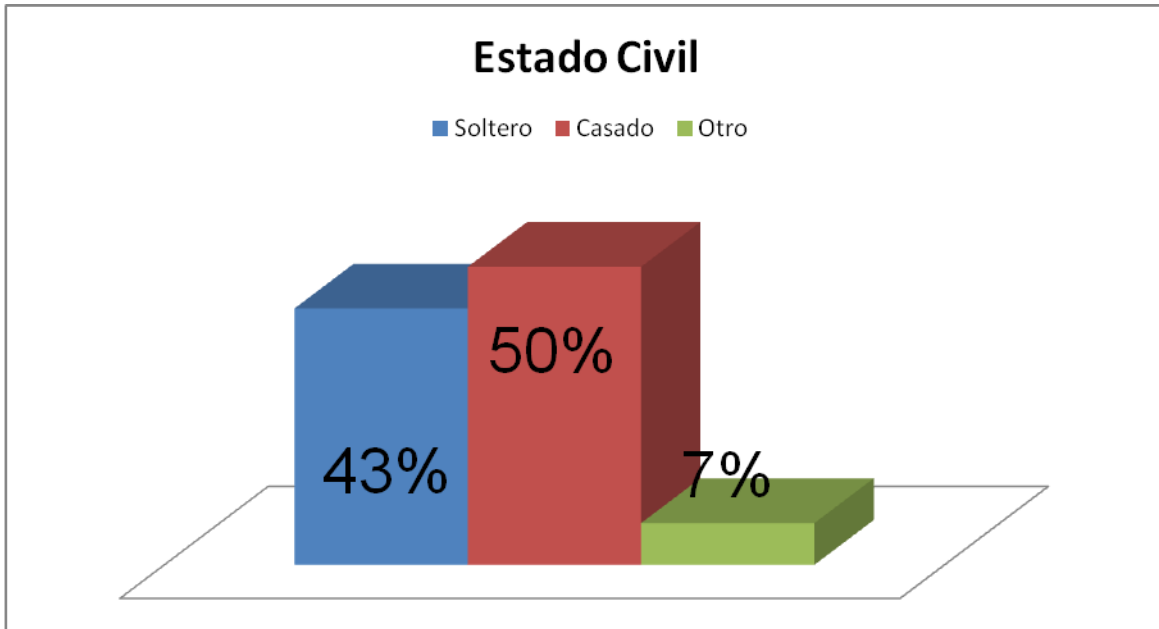
PERFIL DEL LECTOR DE LA REVISTA MUY INTERESANTE



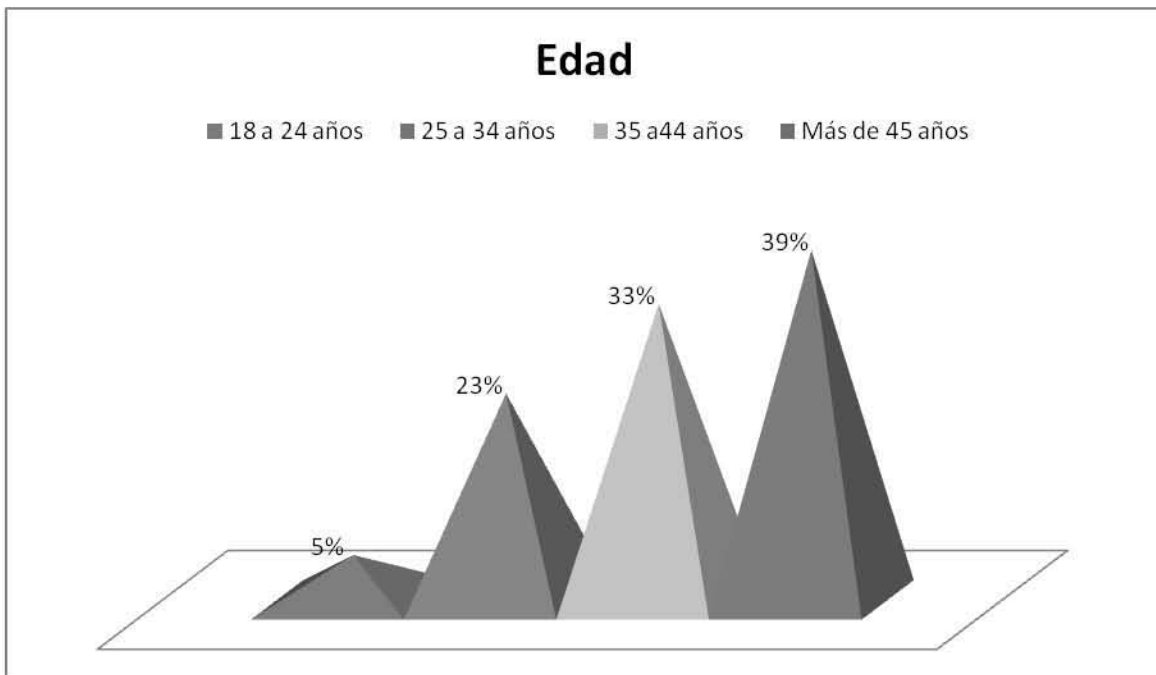
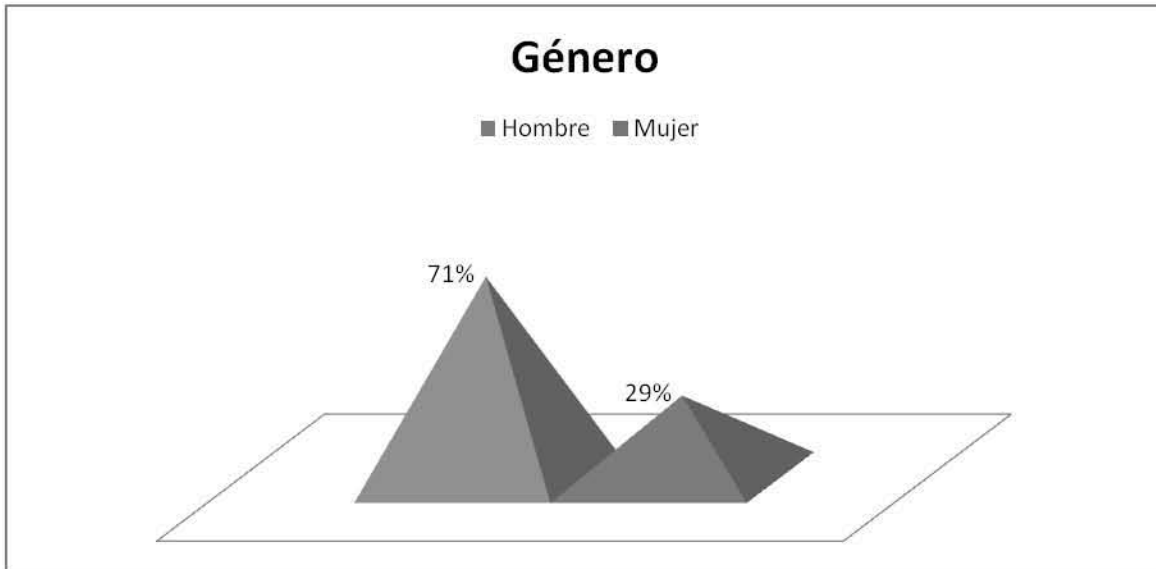


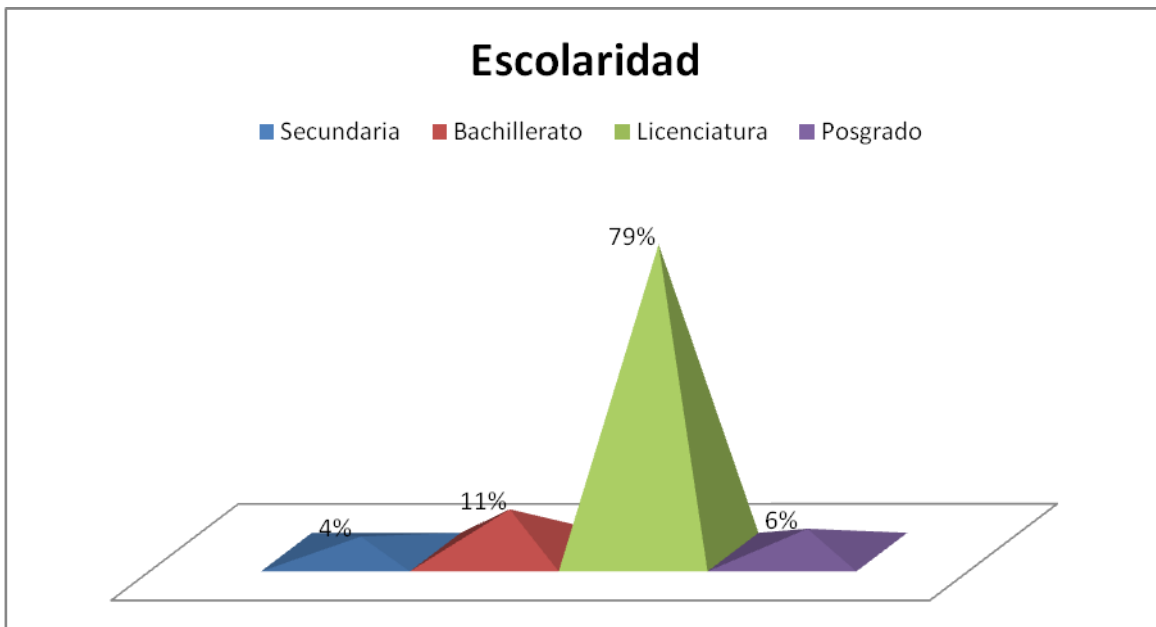
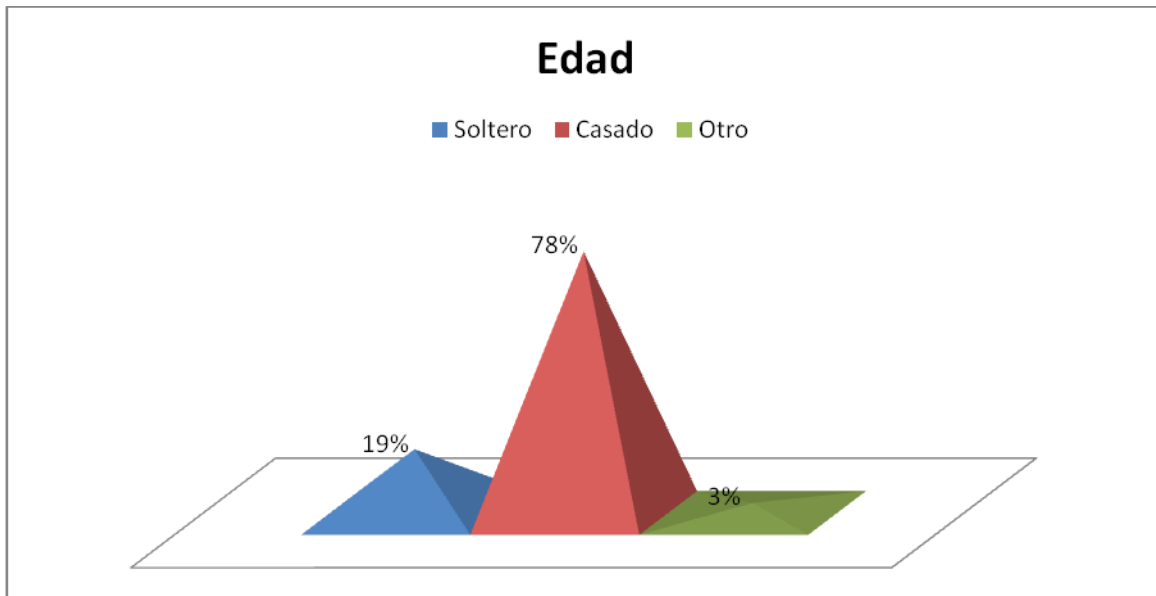
PERFIL DEL LECTOR DE LA REVISTA NATIONAL GEOGRAPHIC EN ESPAÑOL





PERFIL DEL LECTOR DE LA REVISTA SIEMPRE! PRESENCIA DE MÉXICO





Fuente: Padrón Nacional de Medios Impresos <http://pnmi.segob.gob.mx/>

CAPÍTULO V

LAS REVISTAS EDUCATIVAS, PREFERENCIAS ENTRE LOS ALUMNOS DE LA FES ARAGÓN

Capítulo V

Las revistas educativas, preferencias entre los alumnos de la FES Aragón

Siendo valiosas herramientas que favorecen la tarea académica, las revistas educativas tienen un papel importante hoy por hoy en la comunidad estudiantil debido a que mediante ellas alumnos y profesores pueden documentarse con mayor facilidad sobre diversos temas.

En un sondeo realizado entre profesores de la Facultad de Estudios Superiores Aragón (FES Aragón), los maestros coincidieron en que las revistas son un medio que aportan grandes beneficios no sólo al alumnado, sino a ellos mismos, ya que los actualiza sobre sucesos y acontecimientos importantes.

Los docentes aseguran que existen revistas como “Proceso”, “Muy Interesante” o “¿Cómo ves?” que a través de sus páginas transmiten trabajos periodísticos de investigación de fácil comprensión para los lectores.

Además, algunos artículos publicados en las revistas contribuyen a que se realicen investigaciones más profundas y esto es bueno porque los alumnos retroalimentan su aprendizaje con información más reciente de la que pudiera ofrecer un libro.

Las publicaciones aportan un conocimiento vanguardista y actual sobre diversas temáticas, ya sean especializadas o de interés general; sin embargo, la poca difusión ha hecho que su aceptación y distribución sean de manera irregular, esto debido a que las publicaciones de entretenimiento han rebasado las ventas y atraen más la atención del lector que una revista de arte o científica.

Por otra parte, se realizó un estudio basado en la aplicación de 100 encuestas aleatoriamente a estudiantes de la FES Aragón para saber sus preferencias respecto a las revistas y su conocimiento de las educativas. A continuación se presentan los resultados arrojados por dichas encuestas.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN
ENCUESTA PARA SABER CUÁLES SON LAS PREFERENCIAS DEL PÚBLICO EN CUANTO A REVISTAS SE REFIERE.

Objetivo: Saber mediante esta encuesta que tan conocidas son las revistas educativas en el Distrito Federal.

Instrucciones: Selecciona sólo una respuesta de las siguientes preguntas, marcándola con una "X".

Sexo: M F

Edad:

1. ¿Te gustan las revistas? Sí No

2. ¿Qué tipo de revistas te gustan?
 - a) Entretenimiento
 - b) Científicas
 - c) De arte
 - d) Educativas

3. ¿Conoces alguna revista educativa? Sí No ¿cuál? _____

4. ¿Qué es lo que te llama más la atención de una revista?
 - a) Diseño
 - b) Contenido

5. ¿Crees que en el D.F. las publicaciones son caras? Sí No ¿por qué? _____

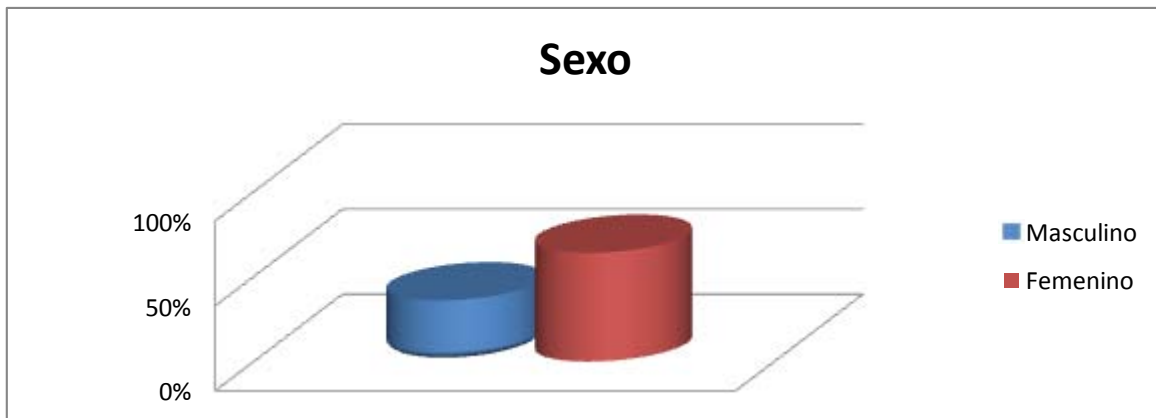
6. ¿Cuál es el medio masivo que más utilizas para mantenerte informado?
 - a) Periódico
 - b) Revista
 - c) Radio
 - d) Televisión
 - e) Internet

7. ¿Utilizas las revistas como apoyo en tus materias? Sí No ¿en cuáles? _____

8. De los siguientes temas organiza del 1 al 7 el que más te interese, considerando al 1 de mayor importancia y al 7 de menor importancia.
 - a) Animales sorprendentes.
 - b) Edgar Allan Poe. El poeta científico.
 - c) Desarrollo de habilidades y competencias. El nuevo modelo educativo.
 - d) El circo del Fuero.
 - e) El arte del Islam.
 - f) Actualidad del arte
 - g) Dibujos animados y pasatiempos.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS ENTRE LOS ALUMNOS DE LA FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGON PARA SABER CUÁLES SON SUS PREFERENCIAS EN CUANTO A LAS REVISTAS SE REFIERE.

De 100 encuestas que se realizaron, el 64% de la población fueron mujeres y el 36% hombres.

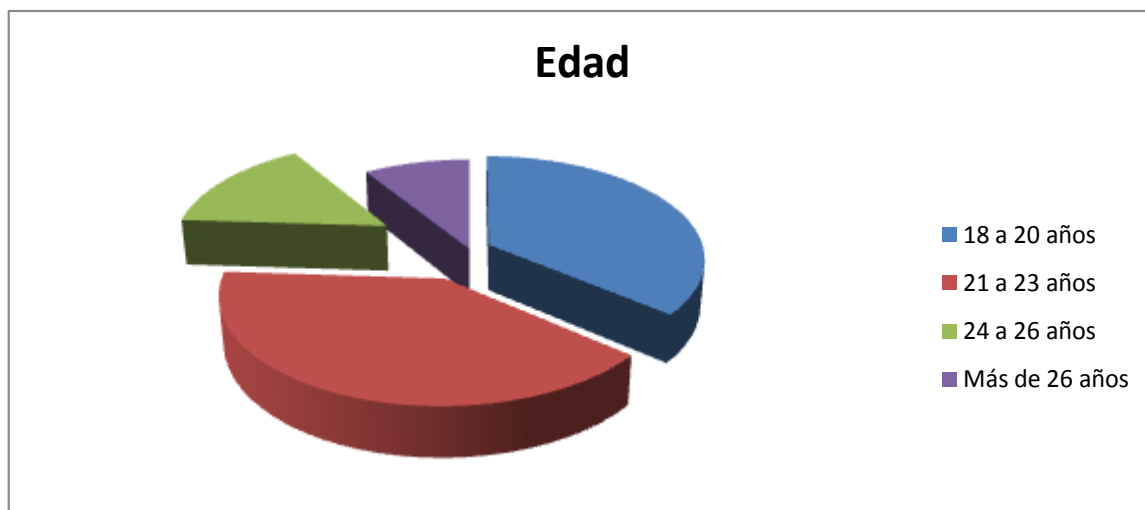


La edad promedio de los alumnos de la Facultad de Estudios Superiores Aragón está entre los 21 y 23 años, la cual es sólo el 40% de la población.

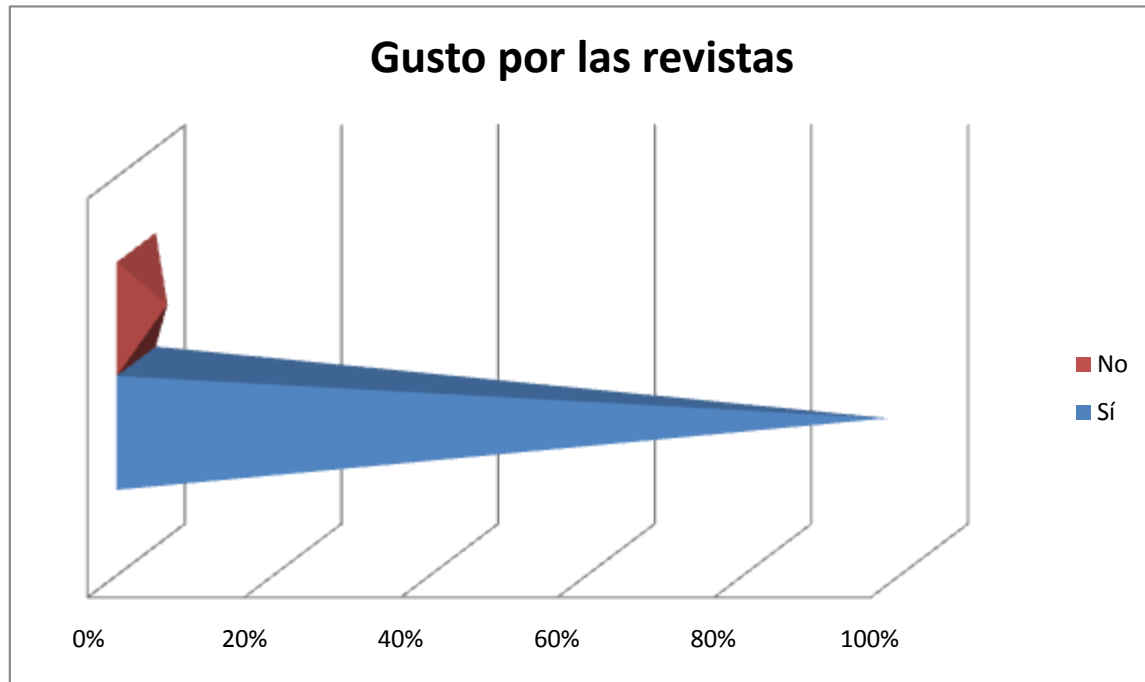
El 36% son alumnos de 18 a 20 años.

El 15% tiene entre 24 y 26 años.

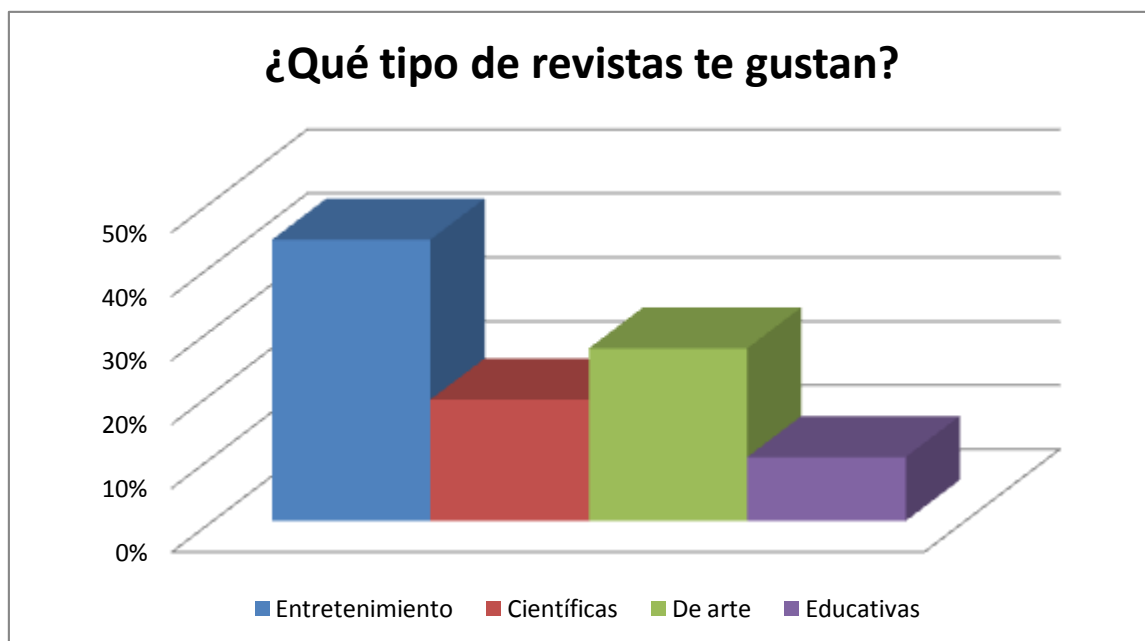
El 9% son mayores de 26 años.



De 100 personas encuestadas, el 96% afirmaron que sienten un gusto por las revistas, por hojear y revisar contenido.

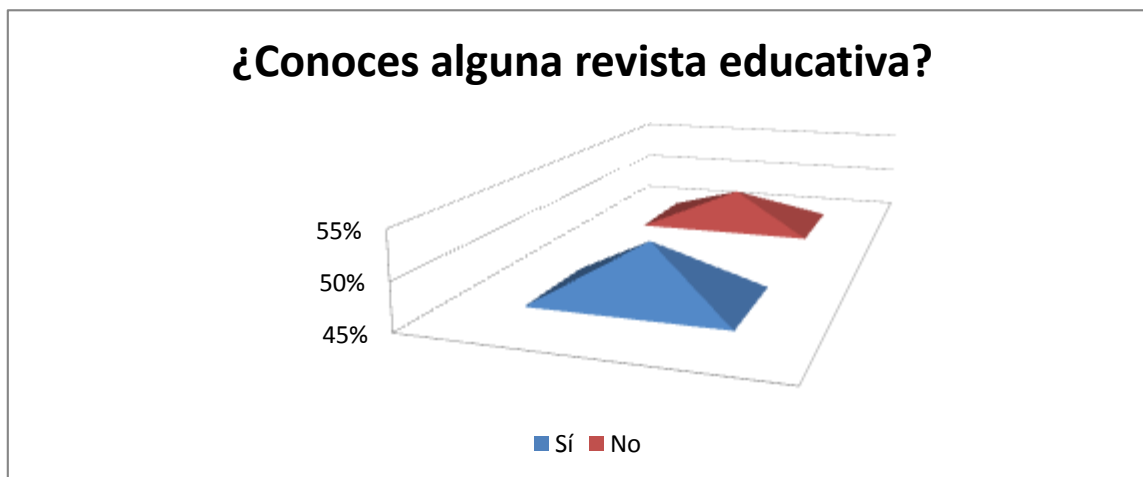


El 44% de las personas encuestadas aseguraron que las revistas que mayormente atraen su atención son las de entretenimiento; mientras que las educativas son muy poco atractivas para la comunidad escolar de la Facultad de Estudios Superiores Aragón.

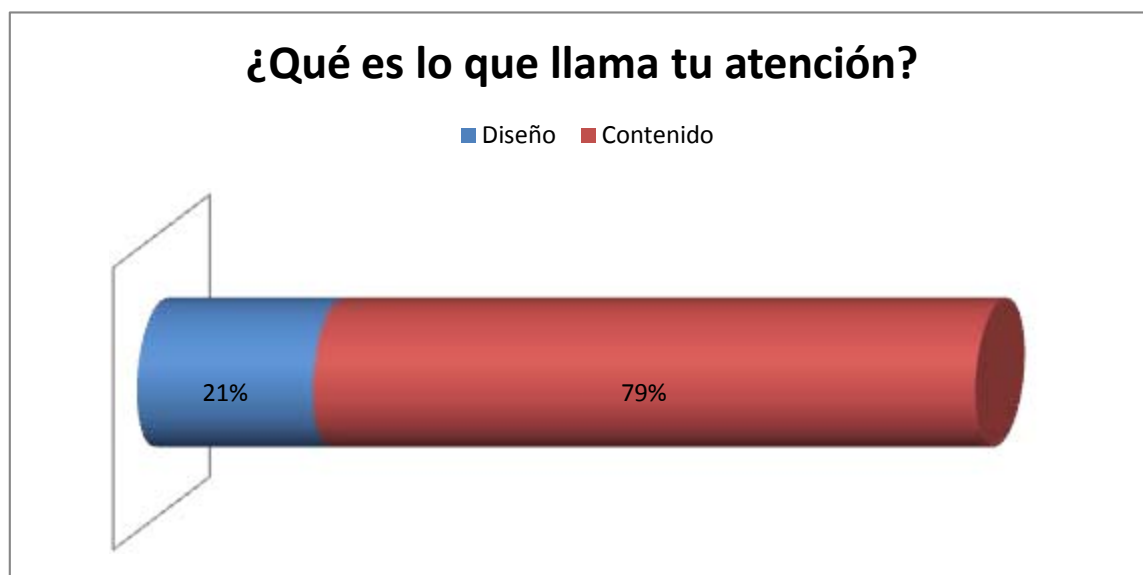


De 100 personas encuestadas, el 51% asegura conocer alguna revista educativa, mientras que el 49% respondió que no conocen o saben de alguna.

Entre las revistas consideradas como educativas por el 51% de la población encuestada en la Facultad de Estudios Superiores Aragón sobresalieron: ¿Cómo ves?, Muy Interesante, Proceso, National Geographic, y La Tempestad.



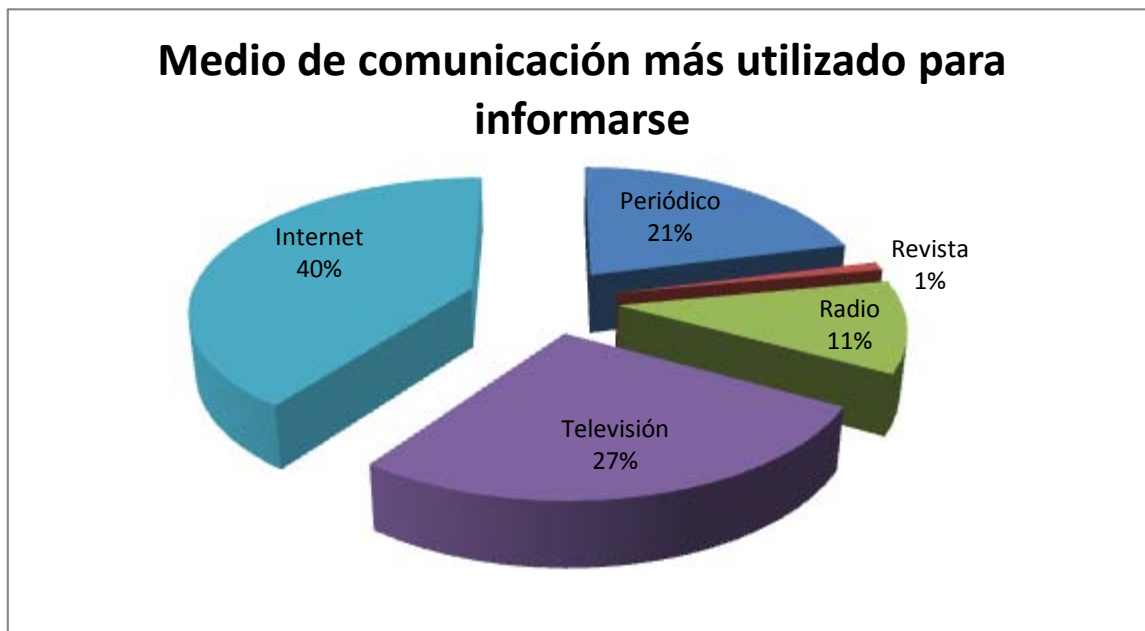
Se sabe que el diseño es algo muy importante para atraer la atención del público lector; sin embargo, el 79% de la población estudiantil afirmó que el contenido es muy importante para el consumo de una revista.



En el Distrito Federal el costo de las publicaciones es variado sin embargo, el 52% de los estudiantes aseguran que las revistas son caras y es por esa razón que pocos las adquieren.

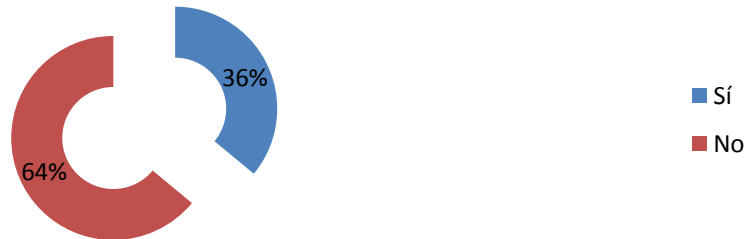


Como se puede apreciar en la gráfica, la revista tiene poca audiencia entre el público; mientras que el Internet y aún la televisión cada día incrementan su popularidad siendo los medios más consultados para mantener informada a la gente



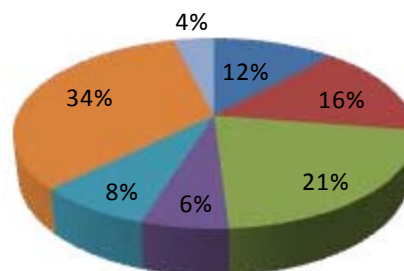
Algunos de los alumnos aseguran que utilizan las revistas en algunas de sus materias; por otra parte el 64% no lo hacen debido a que consideran principalmente las revistas como un medio de distracción y entretenimiento.

¿Utilizas las revistas como apoyo en tus materias?



Temas preferidos

- Animales sorprendentes (National Geographic)
- Edgar Allan Poe. El poeta científico (¿Cómo ves?)
- Desarrollo de habilidades y competencias. El nuevo modelo educativo (EDUCARE)
- El circo del Fuero (Siempre! Presencia de México)
- El arte del Islam (Muy Interesante)
- Actualidad del arte (La Tempestad)
- Dibujos animados y pasatiempos (Cartoon Network)



En la gráfica anterior se seleccionaron los títulos de algunas revistas para saber los temas preferidos y los resultados arrojaron que los estudiantes encuestados prefieren leer los artículos de arte como: música, teatro, danza, etc.

Como podemos ver en los resultados los alumnos sienten gusto por las revistas, sin embargo, las que más atraen su atención son las de entretenimiento antes que las educativas.

A pesar de ello, las personas encuestadas aseguraron conocer revistas educativas tales como “Proceso”, “National Geographic”, “¿Cómo ves?” y “Muy Interesante” haciendo que sean adquiridas por su contenido antes que por el diseño.

Aunque existen muchas publicaciones en el Distrito Federal para poder mantenerse informado y actualizado; Internet es el medio más utilizado para hacer llegar información a toda la población, no obstante aún hay personas que tratan de mantenerse al día, reafirmar conocimientos o distraerse con la lectura impresa y consumen periódicos y revistas.

Con esto es importante percatarnos de que la comunicación y los medios impresos se han convertido en una herramienta fundamental para la educación haciendo que con ellos, tanto estudiantes como profesores puedan adquirir, reafirmar y transmitir conocimiento, la población debe de aprender a desmitificar el medio impreso como un medio de ocio para poder adoptarlo como una fuente de información básica para cualquier persona.

CONCLUSIONES

Los medios impresos, especialmente las revistas se han convertido en un medio de difusión no sólo de entretenimiento, sino de divulgación científica, política, social y educativa. A través de ellas se busca poner al alcance de la comunidad los conocimientos sobre algún tema de interés y todas cumplen con una función en especial, la formación de los individuos.

Desafortunadamente las revistas educativas no tienen mucha demanda por el público, esto se debe principalmente a que los lectores muestran poco interés en los temas educativos, académicos o de ciencia; otro punto es que no se les da la difusión necesaria para que la gente se interese en ellas y por último, las pocas revistas educativas o de carácter científico tiene un tiraje menor a lo que podría tener una revista de entretenimiento o espectáculos.

Un punto importante es que este tipo de publicaciones son elitistas debido a que el sector que las consume es un grupo muy reducido como académicos, científicos o alumnos a nivel maestría o doctorado, personas que en su mayoría están dedicadas o involucradas en la docencia.

Sin embargo, este elitismo no sólo se ve reflejado en los pequeños grupos que las consumen, sino que las publicaciones también han elevado sus costos y considerando que el salario mínimo es de 58.13 pesos es razonable que la población no las adquiera puesto que, en ocasiones, sólo alcanza para lo indispensable y las personas que tienen la posibilidad de adquirir algún fascículo no rebasa los 12 o 15 pesos.

A diferencia de otros impresos como los libros, la revista cuenta con una periodicidad la cual hace que los contenidos se vayan actualizando número con número y con ello se le pueda dar seguimiento a un tema, de esta manera se ayuda a que los alumnos que las utilizan refuercen lo adquirido en el aula y por qué no, quizá, tengan un plus de información. De la misma forma el trabajo que en ellas se presenta es de diversas personas lo que puede hacer que se expongan

distintos puntos de vista y haya una retroalimentación e incluso los lectores puedan participar en ellas.

Una gran ventaja de tomar a las revistas como complementos y materiales de apoyo es que la mayoría de las veces su lenguaje suele ser sencillo lo que facilita la comprensión de los artículos y reportajes mostrados en sus páginas.

Por otra parte, la tecnología crece a pasos agigantados y ésta se ha convertido en un obstáculo para las publicaciones debido a que ahora todo se puede encontrar en Internet, incluso las mismas revistas, sin embargo, algunos jefes de redacción de estos fascículos aseguran que aún pasarán bastantes años para que los medios impresos lleguen a desaparecer o incluso esto jamás suceda y puedan convivir uno con el otro.

Con esto sabemos que no es fácil competir contra los cambios tecnológicos pero sí podemos fomentar más la lectura entre el alumnado para que se interesen por sentir entre sus manos una revista o un periódico, los cuales abrirán sus mentes y despertarán su intereses.

Los profesores juegan un papel importante en el conocimiento y el uso de los medios impresos debido a que ellos son los que dan a conocer este tipo de materiales al recomendarlos y al alentar al alumnado a utilizarlos como apoyo en sus diversas materias.

Es bueno saber que a diferencia de otras, las revistas educativas cuentan con un consejo editorial calificado lo que hace que sus contenidos sean verídicos y confiables.

Es importante mostrar mediante este trabajo que las revistas si pueden y son una herramienta útil para la educación, no sólo de jóvenes sino de niños también, las cuales no nacieron de la noche a la mañana sino que tienen una historia misma que se ha enriquecido a lo largo de los años y que gracias a la evolución de sus contenidos y de sus formatos pueden atraer al lector de tal manera que se vuelvan

una herramienta principal o básica en su educación con la que pueden conocer y reflexionar los temas de su interés.

La principal barrera de que no se utilicen adecuadamente es la difusión que se les da ya que es tan mínima que la población no sabe de su existencia, pero que estoy segura que si las conocieran podrían no sólo aprender si no también utilizarlas como un modo de distracción.

FUENTES DE CONSULTA

BIBLIOGRÁFICAS

- Algeletti, Norberto y Oliva, Alberto. Revistas que hacen e hicieron historia. Barcelona: Trillar, 2002.
- Arnold Edmund, C. Diseño total de un periódico. México: Edamex, 1985.
- Atorresi, Ana. Los géneros periodísticos. Argentina: Colihue, 1995.
- Batis, Humberto. El Renacimiento: periódico literario (México 1869). México: UNAM, 1969.
- Biagi, Shirley. Impacto de los medios. Introducción a los medios masivos de comunicación. México: Thomson, 2005.
- Buendía, Leonor, Daniel González, y Teresa Pozo. Temas fundamentales de la Investigación Educativa, Madrid: La Muralla S. A., 2004.
- Cantavella, Juan, y José Francisco Serrano. Redacción para periodistas: informar e interpretar, Barcelona: Editorial Ariel S. A. de C.V., 2008.
- Castellanos, Ulises. Manual del fotoperiodismo. Retos y soluciones. México: Universidad Iberoamericana, A.C., 2004.
- Cetto, Ana Maria, y Octavio Alonso. Revistas científicas en América Latina. México: Fondo de Cultura Económica, 1999.
- Clark de Lara, Belem. El modernismo en México a través de cinco revistas. México: UNAM, 2000.
- Clark de Lara, Belem, y Fernando Curiel Defossé. Revista Moderna de México 1903-1911. México: UNAM, 2002.
- Coca, César, y José Luis Peñalva. Modelos de los medios de comunicación social. España: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 1998.
- Comparán Rizo, Juan José. Lengua Española 3. México: Umbral Editorial S. A. de C.V., 2007.
- Day, Robert A. Quién escribe y publica las revistas científicas. Madrid: The Oryx Press, 1998.
- Dovifat, Emil. Periodismo. Tomo I. México: UTEAH, 1964.
- Fernández del Moral, Javier. Periodismo especializado, España: Ariel, 2004.
- Gastón, Litton. Del libro y su historia. Buenos Aires: Bowker Editores, 1973.

- Gomis, Lorenzo. Teoría de los géneros periodísticos, Barcelona: Advisory y Board, 2008.
- González, Carlos. Principios básicos de la comunicación. México: Trillas, 2007.
- Herrero, Carmen. "Géneros para la divulgación periodística." Periodismo especializado. Comp. Fernández del Moral, Javier. España: Ariel, 2004.
- Huerta, Teófilo. La prensa infantil. México: Colofón S.A., 1994.
- Lara Torres, Gabriela Eugenia. Las revistas académicas especializadas en las ciencias sociales. Capítulo I. México: UNAM, 2004.
- Leslie, Jeremy. Nuevo Diseño de Revistas. Barcelona: Gustavo Gili, S. A., 2000.
- Loria Díaz, Eduardo. Viejos y nuevos dilemas de las Revistas Académicas, México: Emahaia, Universidad Nacional Autónoma del Estado de México, 2001.
- Marín, Carlos. Manual de Periodismo. México: Best Seller, 2006.
- McLean, Ruari. Manual de Tipografía. Madrid: Hermann Blume Ediciones, 1993.
- Notario, Luis Miguel. Manual para pequeñas publicaciones. Cómo hacer periódicos y revistas. Madrid: Editorial CCS, 2000.
- Ochoa Campos, Moisés. Reseña Histórica del periodismo Mexicano. México: Porrúa, 1968.
- Rivadeneira Prada, Raúl. Periodismo: La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación. 4ª ed. México: Trillas, 2004.
- Rojas Espinoza, María de Jesús. Manual para redactar titulares. México Trillas, 2003.
- Stanley, Johnson, y Julián Harris. El reportero profesional. México: Trillas, 1973.
- Taylor, Bárbara. Crea tu propia revista. Argentina: LUMEN, 2005.
- Tena Parera, Daniel. Diseño Grafico y comunicación. España: Ed. Pearson Prentice Hall, Madrid, 2005.
- Torres A., Francisco Javier. El periodismo mexicano. Ardua lucha por su integridad. 2da. Edición. México: Ed. Coyoacán S. A. de C.V., 1999.
- Tyner, kathleen, y Dona Lloyd. Aprender con los medios de comunicación. Madrid: Ediciones de la Torre, 1995.

- Universidad Nacional Autónoma de México. Origen, Desarrollo y Proyección de la Imprenta en México. México: UNAM, 1981.
- Warner Echegaray, Carlos. Déjame que te cuente. Los géneros periodísticos y su ética profesional, España: Trillas, 1992.
- Warren Howard, C. Diccionario de psicología. México: Fondo de Cultura Económica, 1998.

HEMEROGRÁFICAS

- “La Revista Moderna. Nueva faz de nuestra publicación” Revista Moderna. Año VI, núm. 16 (2da. Quincena de agosto de 1903).

ELECTRÓNICAS

- Boletín de prensa. ¿Cómo ves?, la revista de divulgación de la ciencia de la UNAM, festeja su séptimo aniversario. [en línea]. 27 de agosto de 2010
Disponible en:
<http://www.dgdc.unam.mx/Assets/pdfs/boletines/bol20051206.pdf>
- Carreño Velázquez, Elvira. El libro impreso en el siglo XVI, I. [en línea]. 5 de marzo de 2010. Disponible en: http://adabi-ac.org/investigacion_libro_ant/memorias/paginas/articulo_id_702.htm
- Centro de Estudios Educativos. [en línea]. 1 de agosto de 2010 Disponible en: <http://www.cee.edu.mx/inicio/cee.html>
- Centro de Investigaciones de Estudios Avanzados. [en línea]. 1 de agosto del 2010 Disponible en: <http://www.cinvestav.mx>
- Cerón, Ricardo. “Revistas de ciencias oferta escasa”. El Universal. Lunes 13 de agosto del 2007. [en línea]. 30 de agosto de 2010 Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/cultura/53740.html>
- Covacevich P., Claudio. Características de los medios. [en línea]. 3 de marzo de 2010 Disponible en: <http://www.slideshare.net/viahumana/caracteristicas-de-los-medios-presentation>
- Díaz Barriga, Ángel. Las revistas de educación en México [en línea]. 26 de agosto del 2010. Disponible en: http://www.anuies.mx/servicios/p_anuies/publicaciones/revsup/res078/txt3.htm

- De conceptos. 2008. [en línea]. 22 de enero de 2010 Disponible en: <http://deconceptos.com/general/revista>
- Duncan, Waite. Las revistas académicas y su impacto en los respectivos ámbitos disciplinarios. 2005. [en línea]. 11 de junio del 2010. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982005000200013&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México. Bibliografía Mexicana. La imprenta de México. [en línea]. 3 de marzo del 2010. Disponible en: <http://mmh.ahaw.net/imprenta/index.php?iddoc=INTRODUCCION>
- Fontanez, Diana. La estrategia de la publicidad, ventajas y desventajas de los medios. 2005. [en línea]. 16 de julio de 2010 Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/canales5/comerciohispano/112.htm>
- García, Luis. Medios impresos. 2009. [en línea]. 25 de enero de 2010 Disponible en: <http://www.slideshare.net/rbueno/clase-5-clases-de-medios-impresos>
- González de Artaza, Laura. La casa de la primera imprenta de América es ahora museo del libro. 2008. [en línea]. 1 de febrero de 2010 Disponible en: <http://www.gara.net/paperezkoa/20080124/59231/es/La-casa-primera-imprenta-America-es-ahora-museo-libro>
- Gutiérrez Nájera, Manuel. Periodismo y literatura, artículos y ensayos 1879-1894. [en línea]. 18 de febrero del 2010 Disponible en: http://books.google.com/books?id=4WMpM4uCeZAC&pg=PA447&sig=Cw3G_OrR3Qdm4SZxL7ER4RAwvtA&hl=es#v=onepage&q&f=false
- Gutiérrez Serrano, Norma Georgina. "Comunidades especializadas en investigación educativa en México". Revista: Cultura y comunicaciones sociales. Año 1. Núm. 1. Septiembre 2006. pág. 16. [en línea]. 30 de julio de 2010 Disponible en: <http://www.culturayrs.org.mx/revista/num1/gutierrez.htm>

- Historia del periodismo en México (1539-1917). [en línea]. 1 de febrero de 2010 Disponible en: <http://historiaperiodismo.tripod.com/id3.html>
- Índice de Revistas Criterios de Evaluación Convocatoria 2009 CONACyT [en línea]. 5 de junio del 2010. Disponible en: http://www.conacyt.gob.mx/Indice/Documents/CriteriosEvaluacionCvT_v1.pdf
- Índice de Revistas Latinoamericanas en Ciencias PERIÓDICA. [en línea]. 9 de junio del 2010. Disponible en: http://132.248.9.1:8991/F/ALMQKAN8ME1K6GEUL8RC6YDQD241EH9151DBVBXUK1UP7RT656-02241?func=file&file_name=base-info
- Introducción a la imprenta de México. [en línea]. 29 de enero de 2010 Disponible en: <http://mmh.ahaw.net/imprenta/index.php?iddoc=INTRODUCCION#pie1>
- L. Casatti, Martin. Revistas: definición y características. 31 de marzo del 2006. [en línea]. 16 de febrero del 2010 Disponible en: <http://es.shvoong.com/humanities/167403-revistas-definicion-y-caracteristicas/>
- López Ornelas, M. y Cordero, G. Un intento por definir las características generales de las revistas académicas electrónicas. (2005). [en línea]. 24 de marzo de 2010 Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/caracrevelec.pdf>
- López Portillo, Esther. Breve historia de la Historieta. [en línea]. 13 de junio de 2010 Disponible en: http://sepiensa.org.mx/contenidos/2005/historiaComic/historieta_3.htm
- Mediavyasa. Lista de medios de comunicación en México. [en línea]. 30 de agosto de 2010 Disponible en: <http://www.mediavyasa.com.mx>
- México desconocido. El Renacimiento (1869). [en línea]. 9 de febrero del 2010 Disponible en: [http://www.mexicodesconocido.com.mx/notas/5252-El-Renacimiento-\(1869\)](http://www.mexicodesconocido.com.mx/notas/5252-El-Renacimiento-(1869))
- Mondragón Padrero, Lourdes G. Educación y medios masivos de comunicación, un punto de vista. [en línea]. 9 de junio del 2010 Disponible en: <http://www.unidad094.upn.mx/revista/40/edumasi.htm>

- Moreno, Lilita. El mercado de las revistas infantiles en México. [en línea]. 11 de septiembre de 2010 Disponible en: <http://segmento.itam.mx/Administrador/Uploader/material/EI%20Mercado%20Infantil.PDF>
- Oberhelman D., Harley. La Revista Azul y el Modernismo Mexicano. [en línea]. 13 de febrero de 2010 Disponible en: <http://www.jstor.org/pss/164899>
- Paniagua Roldán, Emma E. Las revistas de investigación científica y Perfiles Educativos. [en línea]. 11 de junio de 2010 Disponible en: http://scielo.unam.mx/scielo.php?pid=S0185-26982005000200008&script=sci_arttext
- Pisanty, Alejandro. Dos taxonomías de los medios técnicos para la educación a distancia. Revista Digital Universitaria. 31 de marzo del 2000.Vol. 1. Núm. 0. [en línea]. 9 de junio del 2010. Disponible en: <http://www.revista.unam.mx/vol.0/art2/medios.html>
- Real Academia de la Lengua Española. [en línea]. 22 de enero de 2010 Disponible en: <http://www.rae.es/rae.html>
- Se instala en México la primera imprenta del Nuevo Mundo.2005. [en línea]. 29 de enero de 2010 Disponible en: <http://redescolar.ilce.edu.mx/redescolar/efemerides/septiembre2001/conme25a.htm>
- Tonda, Juan y Estrella Burgos. Análisis y evaluación de las revistas de divulgación. [en línea]. 10 de marzo de 2010 Disponible en: <http://www.cientec.or.cr/pop/2007/MX-JuanTonda.pdf>
- UNICEF. Educación. [en línea]. 9 de junio de 2010 Disponible en: <http://www.unicef.org/mexico/spanish/educacion.html>
- Universidad Nacional Autónoma de México. Catálogo. [en línea]. 23 de mayo de 2010 Disponible en: <http://www.dgbiblio.unam.mx/index.php/catalogos>

- Urabayen , Miguel. Lenguaje escrito y lenguaje visual. [en línea]. 10 de marzo de 2010 Disponible en: <http://chasqui.comunica.org/urabayen73.htm>

ENTREVISTAS

- **DRA. MARCELA TERRAZAS BASANTES**.- Investigadora de tiempo completo en el Instituto de Investigaciones Históricas de la UNAM y editora de la revista Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México. (15 de junio de 2010).
- **LIC. ABEL CERVANTES**.- Jefe de información de la revista la Tempestad. (13 de julio de 2010).
- **LIC. ENRIQUE MONTES GARCÍA**.- Jefe de información de la revista Siempre, Presencia de México. (21 de julio de 2010).
- **LIC. AMÉRICA TORRES**.- Editora en jefe de las revistas Cartoon Network y Barney. (22 de julio de 2010).
- **MTRO. ANTONIO SIERRA**.- Subdirector de Divulgación de Humanidades y de las Ciencias Sociales (UNAM). (11 de agosto de 2010).
- **LIC. JORGE HUMBERTO MIRANDA**.- Coordinador de las publicaciones de la Dirección General de Desarrollo de la Gestión e Innovación Educativa y jefe de departamento de la Revista EDUCARE. (13 de agosto de 2010).