

# Manual Técnico

Para la elaboración y realización de revistas  
impresas o digitales



Leticia Carrillo Fernández



## Índice

<b>Introducción</b>	<b>3</b>
<b>Medios impresos: La Revista</b>	<b>4</b>
<b>Revista</b>	<b>5</b>
<b>Preproducción</b>	<b>5</b>
<b>Producción</b>	<b>9</b>
<b>Postproducción</b>	<b>13</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>15</b>
<b>Fuentes</b>	<b>16</b>

## Introducción

La elaboración de revistas en México data de inicios del S. XX, supliendo de alguna forma la función comunicativa del libro, ya que podemos encontrar en ellas, información literaria, deportiva, entretenimiento, educativa, etc. Sin embargo, con el avance de la tecnología las *revistas impresas y digitales* se han convertido en una herramienta importante para el ser humano a pesar de encontrarse constantemente en competencia, pues buscan crear contenido original y ser innovadoras en su forma de acercarse a un público concreto.

En la actualidad, la revista impresa está sufriendo el cambio tecnológico, por lo que, éstas están abriendo paso a las digitales, quienes han comenzado a beneficiarse del poder de las redes sociales para interactuar e involucrar cada vez más a los lectores no sólo para interactuar, sino también para promocionar sus investigaciones y artículos.

Así, el auge de las revistas digitales se ha dado más rápido de lo que se esperaba con la pandemia de COVID-19, donde las publicaciones han intensificado su presencia en redes sociales difundiendo rápidamente no sólo conocimiento sino recreación al lector apoyándose en los canales de Facebook y Twitter para informar puntualmente de la publicación de nuevos artículos, vídeos en el canal de YouTube de lo que acontece día a día en el mundo. Lo anterior, ha provocado un gran aumento de lectores en redes sociales.

El *Manual Técnico para la Elaboración de una Revista (Impresa o Digital)* tiene como propósito la creación impresa o digital de una revista (impresa o digital) elaborada por equipos de estudiantes de Taller de Comunicación del Colegio de Ciencias y Humanidades; así mismo, dicho proyecto busca que los alumnos pongan en práctica el conocimiento en el uso de la tecnología, la competencia comunicativa y sus habilidades sociales.

Asimismo, busca desarrollar las habilidades del estudiantado de aprender a conocer y analizar el contenido de los mensajes, a distinguir sus diferentes formas y tipos, a fin de decodificarlos con una postura crítica; aprender a hacer sus propios mensajes utilizando el código adecuado para cada uno o del medio que utilice, es decir, concebirse como un emisor que reflexiona acerca de lo que quiere comunicar, a quién y por qué; aprender a ser en la medida en que se conciba a sí mismo como sujeto autónomo, responsable, por tanto, de su forma de conducirse con respeto frente a los mensajes que recibe, frente a los mensajes que elabora y envía, y frente a los demás, en tanto sujetos autónomos, y aprender a convivir a partir del diálogo permanente con sus compañeros y profesor para el logro del conocimiento compartido; rasgos del enfoque disciplinario de la asignatura de Taller de Comunicación.

Por último, la creación de este proyecto propiciará en el estudiantado la participación activa, la experimentación y el acceso al aprendizaje en su contexto actual de los medios y las tecnologías digitales e interactivas.

## Medios impresos: la revista

Hoy en día estamos viviendo la era digital, por lo que, no nos debe extrañar que la gran mayoría de los medios impresos como el periódico, folletos, carteles y revistas están saturando internet para sobrevivir como medio de comunicación.

A pesar de este avance tecnológico, empresas editoriales siguen luchando por conservar los medios de comunicación impresos como la revista, toda vez que, éstas suelen ser idóneas para llegar a cualquier rincón de la población, llegando de esta manera a usuarios que no son adictos o habitualmente consultan internet por recursos económicos, ubicación geográfica e incluso, por cuestiones culturales.

Lo anterior nos lleva a reflexionar si realmente es conveniente reemplazar la revista impresa por una digital. Ambas tienen pro y contras, pues cubren necesidades diferentes en los receptores de acuerdo con su contexto.

Por una parte, la revista impresa está pensada para un público que le dedica más tiempo a la lectura de diversos artículos (culturales, políticos, económicos, etc.), y que suelen ser más críticos en estos temas; mientras que lo digital, es lo inmediato, el lector revisa regularmente sólo una vez la información en celular, tableta o computadora y, generalmente, la desecha, evitando en ocasiones la reflexión que diversos autores buscan con su trabajo.

Aunque para diversos medios de comunicación ha resultado más económico difundir la información en una revista digital que en una impresa, no ha sido fácil el cambio, si bien, se puede llegar a un número más grande de lectores, también se ha perdido el espacio, es decir, se ha dejado de lado ilustraciones, estructura, estadísticas, etc.; elementos que hacen a un lector crítico ante diversas situaciones mundiales. Por ejemplo, la revista *Newsweek*, publicada en New York en el año 2013 pasó de lo impreso a lo digital, un cambio que la llevó al fracaso, toda vez que el cambio no significaba que recupera los 53.5 millones de dólares que habían perdido, “ aún cuando el 31% de los norteamericanos adultos posee una tablet o celular, donde la lectura de revistas es estéticamente potente, *Newsweek* no consiguió publicidad para sostenerse en pie” (Clarín, 2013)

Dejar a un lado el formato impreso ha sido difícil como lectores que amamos compartir experiencias y reflexiones después de un buen artículo.

## Revista

Impresa o digital, la revista ha sido y sigue siendo un medio de comunicación al alcance de una gran mayoría de lectores; sin embargo, en ambos casos requiere un proceso pre-producción, producción y postproducción.

Una revista impresa o digital es elaborada de manera semanal, quincenal, mensual, trimestral, semestral e incluso, anual; cuyo propósito es atraer la atención del lector en diversos temas de interés; así mismo, se clasifican en científicas (investigaciones nuevas), especializadas (su contenido es específico para un sector particular), entretenimiento (música, belleza, cine) e informativas (información sobre un tema de actualidad).

Marie Claire, National Geographic, Cosmopolitan, Time; son algunas revistas famosas a nivel mundial, que al igual que las no tan famosas, han tenido que emigrar a la era digital y dejar atrás la parte impresa, el papel.

Considerar algunos aspectos al momento de crear una revista resulta importante, ya que el diseño debe estar acorde a las necesidades del proyecto que se quiere desarrollar.

Es decir, al momento de crear una revista, se deben considerar ciertos aspectos importantes a considerar para obtener los resultados deseados y lograr un diseño acorde a las exigencias del proyecto que se quiere desarrollar.

Por lo tanto, lograr un diseño ideal implica trabajar un proceso creativo donde cada paso a seguir, aunque resulte obvio, es importante considerarlo.

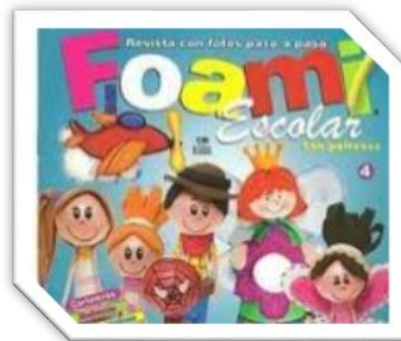
## Preproducción

Es la etapa previa a la realización, aquí se organiza el diseño y se considera lo siguiente:

1. *Tema específico.* Ayudará a definir o tener un eje central de las posibles categorías a desarrollar dentro de la revista y tener una mejor perspectiva del diseño a elaborar.



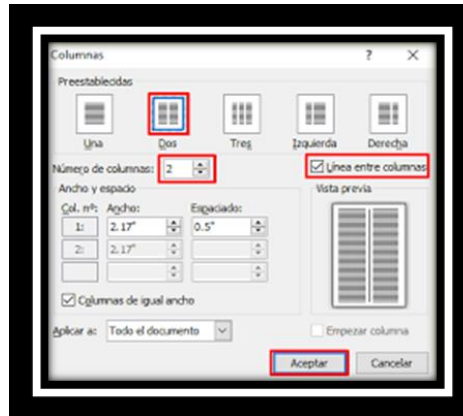
2. **Público.** Es importante considerar quiénes serán los lectores de la revista, lo anterior, permitirá tener una precisión más exacta tanto del diseño como de la estructura a desarrollar en la revista.



3. **Colores.** Estos juegan un papel importante en la psicología de las personas, por ello, son piezas clave en el desarrollo de cualquier gráfica, imagen, etc., por lo que, ayuda a definir la identidad o esencia de la revista. Por lo tanto, es importante elegir colores acordes al tema a desarrollar y al público, esto refleja una concordancia en el proyecto desarrollado.



4. **Tipografía.** Aunque pareciera algo insignificante, saber elegir el tipo de letra para títulos como para textos resulta importante, toda vez que este elemento determina la imagen de la revista ante el lector, al mismo tiempo que, lo hace parte de él en su lectura.
5. **Estructura.** Incluir un esqueleto dinámico en la revista, favorece la organización de los contenidos que se incluyen en la misma, por ello, es importante, elegir una diagramación que sea diferente a las ya existentes.



6. **Imágenes.** El uso como recurso visual en los contenidos resulta esencial para lograr impactar al lector.



7. **Artículos.** Labor importante en la creación de una revista, ya que estos darán detalles del tema central ( un suceso social, político, cultural)en cada edición y deben estar perfectamente distribuidos en la diagramación, sin olvidar las imágenes, quienes aportan la parte visual y creativa.



8. *Apps o programas.* En la creación de la revista digital se puede recurrir al uso de plantillas prediseñadas que se encuentran en sitios como Canva, Flipsnack, Publisher, entre otros.



9. Asegurar la calidad de la revista y lograr el éxito de la misma, dependerá del **grupo de personas encargadas de la distribución del trabajo**: director, consejo editorial, editor de contenidos e imagen, redactor, técnicos, coordinadores y reporteros.





## Producción

Durante años se ha tratado de valorar la creación de revistas científicas, académicas, de entretenimiento, informativas, etc., y al parecer con la transformación del formato impreso al electrónico, ésta cada vez resalta más dentro de los medios de comunicación, por conservar calidad y utilidad.

1. La *portada* es el elemento indispensable para captar la atención del

lector, por ello, es necesario recurrir a todos los recursos necesarios para crearla visualmente llamativa, auténtica e inolvidable. Asimismo, informa al lector sobre el contenido de la revista, costo, número, logotipo (identidad del medio de comunicación) y tema principal.



Los temas de la revista se presentan en orden jerárquico dentro de la portada, mientras que el principal siempre es acompañado de una imagen o fotografía de tamaño grande y con colores que logren un mayor impacto en el lector; sin embargo, no se debe olvidar que estos no deben ser distractores en la lectura de los textos.

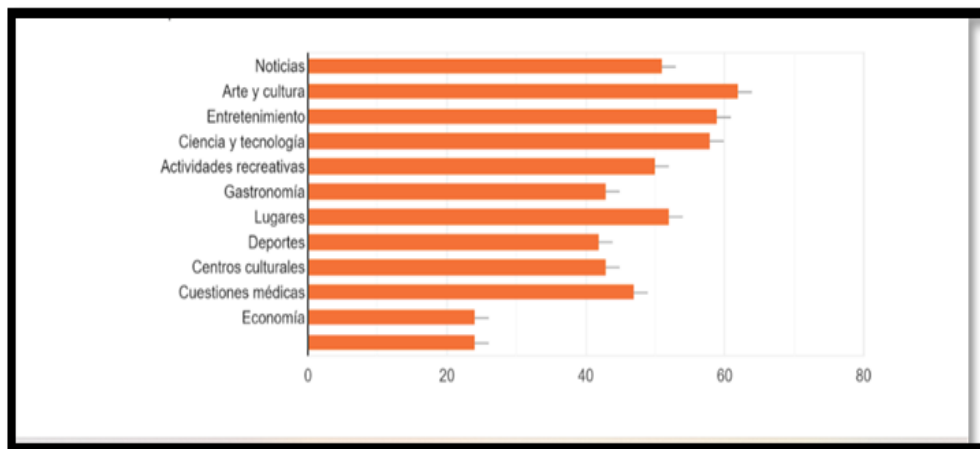
2. La *contraportada* es la última página de la revista y, generalmente, está destinada para la parte publicitaria de alguna empresa, institución educativa o bien, de la misma revista.



3. Las **secciones** se conforman con temáticas de actualidad y que sean de interés para el lector, para ello, se recomienda realizar previamente un estudio de mercado para conocer cuáles son los gustos del público al que va dirigido el medio de comunicación, con ello, errar lo menos posible y tener éxito en la publicación de la revista.



Observemos el siguiente ejemplo de estudio de mercado que se realizó a gente de tercera edad:



Encuesta levantada para la realización de la Tesis "Masters. Propuesta de una revista impresa para adultos mayores (2019).Elaborada por Andrea Aragón y Brenda Merlín. <http://132.248.9.195/ptd2022/agosto/0830242/Index.html>

4. Otro paso importante en la producción de la revista es el desarrollo y cuidado del *diseño* y la *estructuración de la información*, misma que puede contemplar dos o tres columnas de acuerdo a la extensión del artículo; sin embargo, no se debe olvidar incluir una tipografía que facilite la lectura de la información, así como, un lenguaje (coloquial o formal) de acuerdo a la clasificación de la revista; es decir, si hablamos de una revista científica el lenguaje será formal, pero si se trata de una revista de entretenimiento, será coloquial.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
Especialización en Bibliotecología y Documentación

### REVISTA DIGITAL

**Definición**

La revista digital es aquella publicación periódica que se distribuye en formato digital. En la práctica eso quiere decir que es accesible a texto completo en Internet, aunque también se considera digital a aquella revista que se distribuye en disco óptico, tanto si viene en versión impresa, como si no. De hecho, las revistas digitales comparten un conjunto de características con las revistas impresas (hasta la fase de pre-impresión), y disponen de un conjunto de rasgos propios (arquitecturas, interacciones, funcionalidades, distribución), relacionadas con la especificidad del entorno digital.


**Ventajas**

Podemos destacar las siguientes:

- ◆ Hay un importante ahorro en los costos de impresión y distribución.
- ◆ Los documentos pueden incluir elementos de un gran valor añadido (como hipertexto, audio, video o animaciones).
- ◆ Tienen una alta velocidad de publicación.
- ◆ La accesibilidad es altísima.
- ◆ Disponen de amplias posibilidades de búsqueda entre el autor y el lector.

**Desventajas**

El inconveniente más notorio es el que hace referencia a su bajo grado de ergonomía (legibilidad en pantalla, transportabilidad, etc.) ya que todavía no se encuentra a la altura de la publicación impresa.



**Características de una buena revista digital**

Todos los agentes que participan en la elaboración de una revista digital están interesados en su calidad: el editor, porque así podrá entrar sin discusión en las selectas bases de datos de su especialidad y podrá posicionarse mejor con respecto a la competencia, y el autor, porque podrá asegurar una mayor audiencia y un impacto más profundo para sus artículos.

Distintos organismos, asociaciones y grupos de investigación están llevando a cabo trabajos que profundizan en el estudio de la calidad de las revistas científicas. Estos estudios se basan en el establecimiento de un conjunto de indicadores y su aplicación a las revistas científicas para determinar su cumplimiento, y por lo tanto, su nivel de calidad.

Entre las organizaciones que ofrecen propuestas de indicadores podemos destacar la Comisión Nacional de la Evaluación de la Actividad Investigadora (CNEAI), de ámbito español; Latindex-Sistema Regional de Información en Línea para revistas científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal; de ámbito Iberoamericano; y el Instituto para la Información Científica (ISI).

Módulo de Gestión de la Información 8 de mayo de 2023

5. Para obtener una revista con secciones dinámicas, el contenido se organizará de acuerdo con el género periodístico que desarrolle la temática de la revista. Las infografías, imágenes, estadísticas; destacarán los datos importantes de la lectura del contenido y generando mayor interés en el público, logrando la lectura completa del artículo o escrito.



6. La revista no sólo está estructurada a partir de textos y elementos que los acompañen, parte esencial es la *publicidad*, donde se presentan diversas compañías, instituciones, etc., que buscan llegar a un público determinado. En cada número, se selecciona de acuerdo a las temáticas que trate la revista, con el propósito de que el lector también se sienta identificado con ella y con los textos.



Asimismo, se debe considerar algunos espacios destinados a la publicidad interna de la propia revista, con el propósito de promocionar números subsecuentes, eventos, suscripciones o

redes sociales, generalmente se usa la contraportada, como un recordatorio del medio de comunicación para los lectores.

## Postproducción

Posterior a la estructura de la revista, iniciamos la post-producción donde elementos como la Edición permitirá elegir el software adecuado para integrar imágenes, textos y columnas.

Algunos programas gratis que pueden ayudar a desarrollar una revista digital son:

- Issuu: Utilizado en el ámbito escolar, puede convertir documentos PDF en flipbooks, ya que permite importar diseños a la página y compartirlas con suscriptores. Aunque es gratis, también existe una suscripción de pago donde se proporcionan algunos beneficios. Para poder hacer uso de este programa, es necesario llenar un formulario para crear usuario y contraseña.
- SimpleBooklet: Web gratis que se caracteriza por darle vida los diseños en PDF, como la narración en video, agregar múltiples transiciones y enlaces hotposts. También cuenta con un plan de suscripción de pago que ofrece funciones más avanzadas para realizar una revista más innovadora.

El acceso a este software se puede dar desde cualquier dispositivo, enviar notificaciones a suscriptores, informes de análisis o estadísticas por páginas.

- Marq (antes Lucidpress): Es una aplicación para realizar revistas digitales parecida a InDesing, proporciona una gran propuesta de plantillas prediseñadas, pero lo relevante, es que se puede trabajar colaborativamente en ella, además de ser gratis, de fácil acceso y manejo; ya que, la misma interfaz va guiando el desarrollo de la revista hasta el final.
- Calameo: Este software permite crear revistas digitales gratis, además de agregar al documento You Tube, Dailymotion, etc.
- Canva: Es una web de diseño gráfico y composición de imágenes, cuenta con 8000 plantillas gratuitas, permite realizar diseños desde cero, añadir textos. Su interfaz facilita la creación de una revista digital.

Los programas antes mencionados son una herramienta educativa para los estudiantes, ya que se les pueden agregar narraciones como cuentos o novelas, encuestas, enlaces de videos, imágenes; lo que resulta más atractivo para el desarrollo de una revista impresa o digital, lo importante es lograr captar la atención de la audiencia.

En el caso de las revistas impresas, la post-producción es la **impresión**.

Actualmente observamos que la venta de revistas, sobre todo, impresas, siguen apareciendo con una excelente calidad, esto se debe a que los editores proporcionan muestras de revistas bien hechas y, posteriormente, las envían para su impresión definitiva, de tal manera que, el contenido

de producción y la calidad de impresión son del agrado de los lectores; sin embargo, no debe pasarse por alto, la buena elección del papel y la elección de tintas

El **número cero** de una revista es el primer ejemplar que sirve como prototipo, como ensayo o esqueleto de lo que será la producción de subsecuentes números; es decir, nos indica que habrá más números por crearse del mismo medio de comunicación.

## Conclusiones

La elaboración de revistas requiere de tener principalmente un propósito específico para un público concreto, no se puede pensar en construir un medio de comunicación sin la participación del receptor, por ello, el avance de la tecnología ha revolucionado la forma de comunicación e interacción entre los que difunden información y los que la leen.

Lograr satisfactoriamente un resultado en la elaboración de la revista, dependerá en gran parte de que exista un responsable de proyecto encargado de la coordinación y seguimiento en el proceso de la preproducción, producción y post producción; pues de esto dependerá que se logre la credibilidad y permanencia del medio de comunicación en la preferencia del lector.

El propósito del plan de estudios de Taller de Comunicación del Colegio de Ciencias y Humanidades no es convertir a nuestros estudiantes en comunicólogos profesionales, sino proporcionarles las herramientas necesarias, sobre todo, tecnológicas, que le permitan crear mensajes creativos a partir del trabajo colaborativo en el aula para su desarrollo profesional y personal.

El Manual Técnico para la Elaboración de una Revista proporciona pasos sencillos para la creación de un medio de comunicación que facilite a los estudiantes de Taller de Comunicación, la elaboración y redacción de mensajes comunicativos, donde asuman su papel de ser críticos ante los acontecimientos de su propio contexto.

Con la propuesta tecnológica de herramientas de diseño y publicación que se presentan en este manual, el alumnado pondrá en práctica toda su creatividad y valorará el trabajo académico en equipo.

## Fuentes

Aragón, A. J., & Merlín, B. (2022). *Masters.Propuesta de una revista impresa para adultos mayores* [Tesis licenciatura]. UNAM.FES

Aragón. <http://132.248.9.195/ptd2022/agosto/0830242/Index.html>

Coformación. Gobierno de España. (2022, 11 noviembre). *Las 7 mejores herramientas TIC para crear tu revista digital*. Coformación. <https://coformacion.com/las-7-mejores-herramientas-tic-para-crear-tu-revista-digital/>

*Consejos Para Imprimir Revistas*. (2022, 6 junio). Jiatai Printing. <https://es.packageandprint.com/info/magazine-printing-tips-72395068.html>

Estrada, C. (2013, 17 agosto). *Estructura y Proceso de Producción de una Revista* [Diapositivas; Prezi]. Prezi. <https://prezi.com/92ifluoy-az5/estructura-y-proceso-de-produccion-de-una-revista/>

González, A. (2021). *Revista a la primera década de Historia Mexicana (1951-1961). La profesionalización e institucionalización de la historia* [Tesis licenciatura]. UNAM. <http://132.248.9.195/ptd2021/mayo/0812227/Index.html>

González, A. (2021). *Revista a la primera década de Historia Mexicana (1951-1961).La profesionalización e institucionalización de la historia*. [Tesis licenciatura]. UNAM. FES Acatlán.

King, D., & Tenopir, C. (1998). Publicación de revistas electrónicas: economía de su producción, distribución y uso. *SCIELO*, 9(4). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1024-94352001000400011](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352001000400011)

MarcaGo. (2022, 3 noviembre). *Revista*. MARCAGO. <https://marcago.com/marketing/revista/>

Miranda, O. (2014, 25 septiembre). *Partes de una revista* [Diapositivas; Prezi]. Prezi. [https://prezi.com/1erh\\_42y3fng/partes-de-una-revista/](https://prezi.com/1erh_42y3fng/partes-de-una-revista/)

Morales, W. (2022). Diseño y elaboración de una revista digital especializada en el barrio Getsemaní de Cartagena de Indias. En *Repositorio*. Universidad de Cartagena <https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/15785/10.%20Propuesta%20y%20dise%C3%B1o%20revista%20digital-2-72.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

*Programas de estudio | Colegio de Ciencias y Humanidades*. (s. f.). <https://www.cch.unam.mx/programasestudio>

Pungitore, L. (2014, 28 octubre). *Revista impresa o digital*. *Cátedra Cosgaya. Tipografía 1 y 2*.

<https://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2014/revista-impresa-o-digital-2/>



Sempere. C. (2017) Preproducción, producción y postproducción de un videoclip musical. En Repositorio. Universitat Jaume I de Castellón. [https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/169011/TFG\\_2017\\_Semperelborra\\_Cristian.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/169011/TFG_2017_Semperelborra_Cristian.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Trabajo realizado con el apoyo de  
UNAM-DGAPA-INFOCAB,  
PB400823

