



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**“REVISTA INSTITUCIONAL PARA EL COLEGIO SIN FRONTERAS DEL
ECUADOR”**

Tesis de Grado previa la obtención del
título de Licenciada en Comunicación
Social

Autora: Anabela Maytee Yépez Almeida

Director: Lcdo. Patricio Barrazueta Molina

CENTRO UNIVERSITARIO: QUITO – CARCELEN

2011

CERTIFICACIÓN

Lcdo. Patricio Barrazueta Molina

DOCENTE DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo realizado por la estudiante Anabela Maytee Yépez Almeida, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, junio del 2011

f)

AUTORÍA

Las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

.....

Anabela Yépez Almeida

CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Anabela Maytee Yépez Almeida, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

.....

AUTORA

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme dado la fuerza, la paciencia y la sabiduría, para seguir mis estudios profesionales y terminarlos con éxito.

A la Universidad Técnica Particular de Loja, por hacer que personas como yo, puedan introducirse de nuevo en el mundo del saber, por medio de la educación a distancia, y culminar una carrera profesional.

A la Fundación Integración Sin Fronteras y al colegio que regenta, por permitirme ser parte de ellos y tomar su trabajo y esfuerzo para llevarlo como ejemplo hacia los demás.

De manera especial, mi sincero agradecimiento al Lcdo. Patricio Barrazueta, quien me supo guiar no solo como maestro, sino como un gran ser humano en este proyecto.

A mi familia que siempre estuvo ahí, en los momentos felices y los más críticos, especialmente en esta etapa de mi vida.

Y a todos quienes de una u otra manera colaboraron en la culminación del presente trabajo.

La autora

DEDICATORIA

A Jhosmira, fuente de mi inspiración y el ángel que se me envió, para darme la oportunidad de luchar y trabajar por los niños y jóvenes que como ella, necesitan de manos amigas que los amen y comprendan, pero que a la vez les eduquen, para que puedan integrarse y defenderse en esta sociedad, que todavía no ha podido entender lo que es una verdadera inclusión.

A Emily, que siendo pequeña, ha logrado comprender mi misión, y que ha sido parte fundamental en todas las etapas de mi vida, pero especialmente en ésta, ya que se ha convertido en mi compañía y muchas veces guía y crítica de mis tareas estudiantiles y que con su ternura y tenacidad, me ha dado la fuerza necesaria para no tirar la toalla.

A mi esposo César, quien con su amor, entrega, paciencia y sus palabras de aliento, me supo sostener firme, ayudándome a llegar a la consecución de mi carrera profesional.

A todos los niños y jóvenes con habilidades diferentes, que como mi hija, merecen la oportunidad de tener una educación diferente, en donde se los respete y puedan ser parte integral de nuestra Patria.

Y a los padres que como yo, tenemos esa bendición, para que nunca desmayen, en la lucha por sacar adelante a sus hijos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|------|
| Agradecimiento | Pág. |
| Dedicatoria | |
| Índice | |
| Introducción | |
| CAPÍTULO 1 | |
| CONSIDERACIONES PRELIMINARES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN | |
| 1.1 Contexto Histórico | 1 |
| 1.2 Primeras formas de periodismo | 6 |
| 1.2.1 Grecia: Periodismo Oral | 8 |
| 1.2.2 Roma: Periodismo Escrito | 10 |
| 1.2.3 Aparecimiento de la Imprenta y su aporte para el desarrollo del periodismo escrito. | 14 |
| CAPÍTULO 2 | |
| ANTECEDENTES HISTORICOS | |
| 2.1 La revista en el mundo | 18 |
| 2.2. Las revistas en el Ecuador | 27 |
| 2.3 Las revistas contemporáneas. | 33 |
| CAPÍTULO 3 | |
| APROXIMACIÓN DOCTRINARIA | |
| 3.1 Definición de revista | 35 |
| 3.2 Tipos de revistas | 42 |
| 3.2.1 Las Revistas Especializadas | 45 |

| | |
|--|----|
| 3.2.2 Las Revistas Institucionales | 46 |
| 3.3 Ventajas y desventajas de las revistas | 48 |
| 3.4 La revista y sus lectores | 50 |
| 3.5 Las revistas y el internet | 52 |
| 3.6 El futuro de las revistas | 56 |
| CAPÍTULO 4 | |
| REVISTA INSTITUCIONAL PARA EL COLEGIO SIN FRONTERAS DEL ECUADOR. | |
| 4.1 Colegio Sin Fronteras del Ecuador. Quienes son y sus necesidades de comunicación. | 57 |
| 4.1.1 Organismos de Apoyo. | 62 |
| 4.1.2 Creación del Colegio Sin Fronteras del Ecuador. | 64 |
| 4.3 Propuesta para la elaboración de la Revista Institucional, para el Colegio Sin Fronteras del Ecuador. | 66 |
| 4.3.1 Definición del concepto editorial | 69 |
| 4.3.2 Contenido de la revista | 71 |
| 4.3.3 Diseño de la revista | 73 |
| 4.3.4 Financiamiento | 74 |
| 4.3.5 Proyección de la revista a futuro | 76 |
| 4.4. Conclusiones | 77 |
| 4.5. Recomendaciones | 78 |
| 5. BIBLIOGRAFÍA | 79 |
| 6. ANEXOS | |
| 6.1 CD Diseño de revista | |
| 6.2 Revista impresa | |

INTRODUCCIÓN

El nivel que han alcanzado los medios de comunicación ha permitido que toda clase de información se expanda y pueda llegar hacia lugares impredecibles en el mundo; así mismo, su poder indiscutible, ha sido capaz de derribar barreras, escalar montañas y conseguir lo que muchos no han logrado durante décadas o miles de años.

Este poder incalculable de los medios, ha hecho que la gente y las instituciones, despierten y se den cuenta de que a través de ellos, se puede conquistar lo que antes se tornaba inalcanzable, es por eso que, el presente trabajo, trata de resaltar esas cualidades primordiales que tiene el sector de la comunicación, pero sobre todo el de las revistas.

La investigación realizada, navega desde los inicios de la comunicación, con sus primeras y primitivas manifestaciones, hasta llegar a lo que se conoce como la era de los medios de comunicación de masas, en la que actualmente estamos viviendo, desembarcando brevemente en los puertos en donde nació el periodismo, y relatando un poco de la historia del apareamiento de la imprenta y los beneficios que trajo.

Continúa su travesía, analizando la aparición de las revistas en el mundo, dándoles un pequeño vistazo a las innovadoras características que presentaban, tomando en cuenta también el desarrollo de los diversos acontecimientos dentro del planeta, sin dejar de destacar la importancia que tuvieron, en especial las que florecieron en nuestro país y las que hoy por hoy existen.

A pocas millas del puerto de destino, se pretende definir a este medio particular, la revista, resaltando sus principales propiedades, examinando sus clases, sacando conclusiones entre sus fortalezas y debilidades, pero también observándolas desde los ojos de sus lectores, desde la nueva tecnología y tratando, de pronosticar su futuro.

Finalmente, se intenta conocer el por qué y para qué de la revista, adentrándose un poquito en la institución y en los miembros a los que va a favorecer con su edición, exponiendo con ligeras pinceladas su diseño y contenido, sin dejar a un lado sus principales objetivos: el comunicar y ayudar.

El producto de esta investigación, encarna en la REVISTA INSTITUCIONAL DEL COLEGIO SIN FRONTERAS DEL ECUADOR, la misma que de seguro va a cumplir con la misión para la que fue creada.

CAPÍTULO 1

CONSIDERACIONES PRELIMINARES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1.1 CONTEXTO HISTÓRICO

Conocer el contexto histórico de los medios de comunicación es muy importante, porque saber lo que pasó en la antigüedad nos puede ayudar a explicar muchas de las cosas que suceden actualmente, ya que la historia tiende a ser cíclica, es así que la línea de tiempo planteada en este capítulo se remonta a la necesidad del hombre por comunicarse.

La comunicación se convirtió en el punto fundamental de transformación del hombre, desde su expresión animal, hacia el homo sapiens sapiens, pero también ha sido la causa del desarrollo complejo de la tecnología.

Según los investigadores norteamericanos Melvin de Fleur y Sandra Ball-Rokeach, (citados en José Villamarín, 1997, p. 21), es necesario dividir el desarrollo de la humanidad, en cinco eras o etapas: la era de los signos o señales, la era del habla y lenguaje, la era de la escritura, la era de la imprenta y la era de los medios de comunicación de masas, que es la que estamos actualmente viviendo.

En los inicios de la humanidad, la comunicación era a través del tacto, por medio del cual los homínidos transmitían sus sentimientos, sus manos actuaban como un aparato emisor y la piel como receptor.

Con el paso del tiempo las manifestaciones comunicativas se hacían a través de ruidos, expresiones faciales y movimientos corporales, los cuales eran comprendidos mutuamente por los miembros de una comunidad pre humana, si de alguna forma los podría denominar; a esta época los investigadores citados anteriormente la denominaron: **la era de los signos y señales.**

Al desarrollarse el cerebro de los primitivos hombres, estas formas de expresión incipientes se convirtieron en algunos gestos, sonidos y otros tipos de señales iguales, que fueron aprendidos y compartidos, pero estas formas de comunicación eran ineficaces

y lentas, además, no permitían guardar información, apenas recordar algunas vagas ideas, limitando su actividad intelectual, razón por la cual su cultura se desarrolló muy despacio.

La necesidad de comunicación, con el tiempo iba creciendo y esos toscos sonidos guturales se fueron transformando poco a poco imitando los silbidos del viento, gorgojeos de pájaros, etc. El habitante primitivo utilizó los elementos de la naturaleza para perfeccionar sus formas de expresión, dando como resultado la creación del lenguaje, de esto, hace ya 50 mil años aproximadamente; se puede decir que llegó **la era del habla y el lenguaje**.

Pero, ¿qué sucedió para que aparezca el lenguaje hablado? Charles Darwin, (citado en Joseph R. Dominick, 2001, p. 58) sostenía que el lenguaje reemplazó a la gesticulación porque dejaba libres ambas manos para trabajar con herramientas e instrumentos de caza, pero también se manifestaba que el lenguaje de señas no era muy eficaz en la oscuridad y que los humanos prehistóricos que tenían que cazar por la noche, necesitaban otra forma de comunicación, sea como fuere, lo cierto es que el lenguaje fue un factor fundamental en el progreso de las primeras civilizaciones.

La comunicación hablada no solo ayudó a organizar la cacería, sino, que dio surgimiento a una estructura de poder social más definida, pues el más fuerte podía darle órdenes al más débil, además, pudo desarrollar el pensamiento conceptual y aportó un medio para utilizar ideas, transmitir la cultura y hacer abstracciones, permitió también la cohesión de los pueblos y el paso de una vida nómada a una sedentaria con la invención de la agricultura, logrando la formación de las grandes civilizaciones clásicas en nuestra historia.

Pero tenía una importante limitación, pues sólo permitía la comunicación directa, es decir, cara a cara, ya que no se podía preservar la información a no ser que la persona que la transmitiera, tuviese una gran capacidad de memorización, que con el tiempo se iba perdiendo.

En lo que respecta a la comunicación a distancia, los hombres de la época se las idearon para transmitir mensajes por medio de tambores y señales de humo, con códigos estandarizados de tal manera que se entendieran mutuamente.

Lamentablemente esta forma de lenguaje oral, estaba supeditada a la frágil memoria humana.

Siguiendo la línea del tiempo y la evolución humana, se hacía sentir fuertemente la necesidad de perennizar las ideas, las experiencias y todo lo que se estaba viviendo en ese momento, es así que nace **la era de la escritura**, cuando el hombre primitivo empieza a dar sus primeros y torpes trazos, logrando establecer una serie de símbolos que serían las primeras expresiones escritas.

Progresivamente y después de miles de años, estos rasgos se convirtieron en lo que hoy conocemos como alfabeto.

De acuerdo al pensamiento de lingüistas, filólogos e historiadores, el alfabeto pasó por cuatro fases antes de estructurarse como tal:

- **Fase Mnemotécnica.** Los antiguos habitantes utilizaron objetos en los que representaban datos o mensajes que les permitían recordar, es decir, era una ayuda de la memoria, que se usaba cuando la distancia impedía la comunicación directa. Un ejemplo de esta fase, fueron los quipus utilizados por los incas, que no eran más que unas cuerdas de colores con varios nudos, que se supone representaban la información.
- **Fase Pictórica.** Las ideas se transmitían a través de la pintura de objetos, cosas, animales o figuras humanas, que eran grabadas en las paredes de las cuevas, en las rocas, en las armas o utensilios, siendo consideradas las primeras formas de escritura. De esta fase se tiene como ejemplo el arte rupestre de las cuevas de Altamira en España y Lascaux en Francia.

- **Fase ideográfica.** Fue la representación de ideas por medio de figuras o símbolos, lo cual hacía su lectura más compleja, por la necesidad de conocimiento previo de lo acontecido, para descifrar lo que quería decir el signo. Este estilo se desarrolló en Sumeria (hoy Irak) en el año 3500 a.C. aproximadamente, luego en Egipto unos cien años después, a cuyos símbolos se les conoce como **jeroglíficos**. La forma de escritura de signos más perdurable nació en China en los años 2000 – 1500 a.C., este método exigió el aprendizaje de miles de ideogramas distintos que representaban diferentes objetos y acciones.

Fase fonética. Escritura basada más en el sonido que en los signos. Los sumerios en el año 1700 a.C., asignaron a cada símbolo un sonido específico, al principio este sonido fue una palabra, luego una sílaba y, finalmente una letra. Con este descubrimiento los fenicios hace más de 2.500 años, elaboraron un conjunto de letras llamado **alfabeto**, que lo difundieron poco a poco desde el Mediterráneo hasta Grecia, en donde crearon el alfabeto que constaba de 24 letras, después fue modificado por los romanos, lo que dio como resultado las 26 letras que ahora se usan.

Con el alfabeto, se perfeccionó la escritura, que apareció hace unos cinco o seis mil años, dando fin a la Prehistoria e inicio a la Historia de la Humanidad, pero existía la necesidad de tener una superficie en donde plasmarla, lo que dio lugar a la utilización de diferentes materiales para mantener la información, dentro de los cuales se destacan los siguientes con sus correspondientes creadores:

- **Los sumerios**, utilizaban una tabla de arcilla blanda y una herramienta en forma de cuña para grabar sus ideogramas.
- **Los egipcios**, fabricaron el papiro de una planta que crecía en la región del Nilo. Tejían tiras de papiro, las mojaban y luego las golpeaban contra una superficie plana, ahí dibujaban o grababan los jeroglíficos con un pincel o una pluma.
- **Los griegos**, escribían en pergamino, un material hecho de pieles de animales tratadas, era más durable que el papiro, pero mucho más caro de fabricar.

- Finalmente, fueron **los chinos**, quienes desarrollaron la superficie de escritura universal: **el papel**, que para producirlo utilizaban una mezcla de telas, corteza de árbol y otros materiales fibrosos que se empapaban en una tinta, luego se golpeaba con mazos y se comprimía en hojas que se ponían a secar al sol; tenía muchas ventajas, pues era barato, ligero y permitía escribir con facilidad. Lo empezaron a producir alrededor del año 100 d.C., y pasaron casi mil años antes de que el uso de este material se difundiera en Europa. Se sabe que el primer papel fabricado en Occidente se obtuvo en Játiva, Valencia, en el siglo XII (en el año 1154, según José Benítez, y en el año 1178, según la Escuela Gráfica Salesiana, de Barcelona); y que la primera fábrica de papel se abrió en Alemania, en el siglo XV, justamente cuando se generalizó su empleo.

Una vez inventado el papel, había que buscar una sustancia con la cual escribir. Al principio, la sangre de los animales, la sabia de las plantas cumplió esa función. Luego, los mismos chinos, tras varios experimentos, inventaron la tinta, que con diversas variantes se utiliza hasta ahora.

No se puede negar que a pesar de haber pasado miles de años, el hombre logró adelantos importantísimos con el desarrollo del lenguaje, pero básicamente con la aparición de la escritura y el alfabeto, lo cual trajo grandes repercusiones no sólo en el ámbito social, sino también en lo político y económico, ya que marcó un hito en la historia de la humanidad.

Antes de la escritura todos o casi todos, tenían la misma capacidad para comunicarse, es decir, oían y hablaban, pero con su apareamiento, no todos podían leer o escribir, lo que dio como resultado el surgimiento de una nueva división social, con lo que el poder, se afianzaba y concentraba en quienes poseían mayor información como en los monarcas, sacerdotes y escribas de la época.

La escritura también, contribuyó a la creación y permanencia de los imperios, como el griego y romano. Facilitó la organización de los pueblos, el registro de la recaudación de impuestos, entre otros menesteres que favorecieron el desarrollo del comercio y aumento de la riqueza de los países. Su magnífico aporte permitió conservar e incrementar un conjunto permanente de conocimientos.

1.2 PRIMERAS FORMAS DE PERIODISMO

Conforme la humanidad crecía, la estructura social se hacía cada día más compleja y con ella la necesidad de comunicación se agudizaba, en especial por la urgencia de resolver el problema de incomunicación que existía, debido a la distancia entre los pueblos.

El hombre, sentía ganas de satisfacer su curiosidad, de conocer lo que sucedía en otros rincones y de la misma forma enterar a la comunidad de estos acontecimientos que se daban fuera de sus límites territoriales; además, esta información permitía tener un control socio-político de la sociedad de ese entonces.

Para que pueda existir este intercambio de información, se desarrollaron dos formas de comunicación: la inter-comunitaria y la intra-comunitaria.

A la comunicación **inter-comunitaria** se logró acceder a través de la creación de un sistema de envío de información, con las famosas postas (jóvenes que corrían de un lugar a otro dejando mensajes), lo que se conoció con el nombre de correos.

El Imperio Egipcio ya en el año 2400 a.C., organizó un sistema de correos al servicio del rey, de los príncipes y gobernadores; los persas lo perfeccionaron en el siglo VI con el relevo de caballos y jinetes, y los romanos heredaron de ellos este método de traspaso de información.

Para quienes tenían en sus manos el poder, el desarrollo de los correos iba más allá que el sólo intercambio de información, éstos la manipulaban para mantener sometido al pueblo según sus intereses, como lo sostiene Vásquez Montalván, (citado en José Villamarín. 1997, p. 42):¹

Para la gente común era muy difícil acceder a esa información, salvo el caso que tuvieran sus propios corresponsales o que sobornaran a quienes estaban al servicio del imperio. Tampoco se podía esperar que los viajeros compartieran información, ya que en ese tiempo la libertad de tránsito estaba muy restringida en los territorios del imperio romano.

¹ “el sistema social condicionaba el sistema de comunicaciones. El correo como instrumento de acceso a las fuentes noticieras estaba reservado a la casta minoritaria dominante, en correspondencia con la organización esclavista de la sociedad”.

La comunicación **intra-comunitaria**, se desarrolló en cambio con un **cartelismo embrionario**, sistema creado por los griegos, chinos y romanos, el cual consistía en exponer en la vía pública información de diversa índole, con el uso de distintos materiales como:

- Piedras y tablillas de madera, que usaron los griegos, en donde grababan los comunicados oficiales, y los exponían en lugares públicos, algo igual hicieron los chinos.
- El Álbum, creado por los romanos, que no era otra cosa que muros situados en las plazas públicas, blanqueados con cal y divididos en rectángulos iguales, en los que se escribían anuncios. Su utilización era vigilada por las autoridades.

En estas formas de la comunicación hay aspectos importantes que rescatar: primero la presencia de los correos que no fueron otra cosa que un modo incipiente de periodismo; segundo las personas que hacían de mensajeros llevaban y traían información, lo cual los convertía en corresponsales de noticias, pero no de una forma sofisticada como los hay en la actualidad, y tercero, los carteles y las paredes se convirtieron en los antecedentes de los medios de comunicación escritos, ya que eran una fuente de información al servicio de la gente, si bien es cierto que la mayoría de las veces su contenido era banal, de todas maneras empezaba a satisfacer la curiosidad del ciudadano y su necesidad de estar siempre informado.

El control de los medios o canales de información y su regulación jurídica, fueron las formas que utilizó el poder para fiscalizar la información. Y si se irrespetaba esos dos controles, estaba la censura.

El teatro, la comedia, las canciones y la poesía, se convirtieron en los principales medios de protesta, sufrieron la cruel censura de la época. Roma se especializó en ello; aunque también dependió del grado de cultura y paciencia de los emperadores.

En medio de todo esto, en los pueblos se empieza a desarrollar una forma de transmisión de hechos y acontecimientos, de interés general y con periodicidad irregular que se convertirían en las primeras manifestaciones del periodismo.

Los historiadores declaran que el periodismo tiene su origen en tres etapas: la proto, la pre y la historia del periodismo

- **La Protohistoria:** Se la ubica en las primitivas formas de comunicación.
- **La Prehistoria:** Corresponde a los antecedentes del periodismo moderno, los cuales se hicieron presentes en Grecia con un periodismo oral y en Roma con un periodismo escrito, esta época se extendió hasta el Renacimiento.
- **La Historia:** Relacionada con el desarrollo del periodismo a partir de la aparición y perfeccionamiento de la imprenta.

1.2.1 GRECIA: PERIODISMO ORAL

Los griegos, una de las más importantes civilizaciones dentro de la historia, se desarrollaron a orillas del Mar Mediterráneo y han sido los responsables de gran parte de nuestra cultura, ya que de ellos heredamos su manera de entender el mundo y al ser humano, el origen del actual sistema democrático de gobierno, su filosofía basada en la razón, sus normas artísticas y también en su imperio se fomentó una forma de **periodismo oral**.

Grecia, era una reunión de pequeñas ciudades - estado, en donde la vida informativa y de comunicación se concentraba en **la plaza pública o ágora**, que era un espacio abierto, centro del comercio, de la cultura, la política y de la vida social de los habitantes de la región. Dentro de este imperio sobresalió la ciudad de Atenas, que alcanzó su apogeo en el siglo V a.C., cuando se convirtió, en el centro cultural del mundo griego, además de ser la más grande, rica, y una potencia militar y marítima.

Dentro de su crecimiento sobresalió la figura de Pericles, considerado como el primer gobernante democrático de la historia, quien propició el progreso en todo sentido de Atenas y su avance en cuanto a las letras, filosofía, la retórica y la oratoria; con todo lo cual, se favorece el desarrollo de la comunicación oral, convirtiéndose así en el medio de difusión más idóneo para interrelacionarse con los demás. A pesar de que ya existía la escritura, el lenguaje oral era el que primó debido a las circunstancias políticas, sociales y culturales del momento.

Al ágora o plaza pública se la consideraba en ese entonces como un gran periódico diario, porque solamente bastaba con preguntar, para sentir satisfecha la curiosidad, es por ello que en las líneas de la historia de la comunicación aparece este imperio como un forjador del periodismo oral.

Pero, ¿qué es el periodismo?, pues según los diccionarios actuales, el periodismo es una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad.

Esta forma de periodismo oral que comúnmente se daba en la plaza pública, no cumplía con todos los verbos de su definición, pues se la realizaba de una manera menos estratégica e intelectual, más bien se daba mediante una simple conversación, algo informal, con la finalidad de saciar una curiosidad, pero en ese entonces se podría decir que sin querer se estaba dando el nacimiento de esta forma de manejar y dar a conocer la información: **una clase de periodismo.**

Se debe destacar también cierta faceta en esta época, la de una aproximación hacia un periodismo oral más intelectual, cuyos protagonistas eran algunos de los grandes filósofos griegos, muchos de los cuáles era afamados oradores; se afirma esto debido a que la oratoria según su definición es el arte de hablar con elocuencia, y es considerada también como una disciplina del género literario, que se aplica en todos los procesos comunicativos, tales como conferencias, charlas, sermones, exposiciones, narraciones, etc., es por ello que los hombres importantes de Grecia la utilizaban, para manifestar su pensamiento en sus célebres disertaciones.

Con todo esto se resalta la estrecha relación que existe entre el periodismo y la oratoria, porque el periodista debe expresarse de una forma fluida, sencilla, pero elegante y muchas veces persuasiva ante las personas, ya sea de una manera oral o escrita.

Esta clase de manifestaciones periodísticas se siguen practicando en la actualidad basándose en los distintos géneros del periodismo como el reportaje, entrevista, noticia, editorial, etc.

Muchos de los políticos de la historia, incluyendo a los filósofos griegos, han usado a la oratoria, para convencer al pueblo, para adquirir su confianza frente a futuras elecciones; se podría decir, que desde ese entonces el periodismo ha estado vivo y presente en cada era de la historia de la humanidad, en sus diferentes formas que poco a poco han ido evolucionando hasta hacer de éste una de las carreras profesionales más apasionantes.

Pero, Grecia también fue la cuna de los antecesores de nuestros cronistas de viaje, de guerra o simplemente reporteros. Se sabe que en el tiempo de Alejandro Magno, en el

año 325 a.C., llevó cronistas a sueldo para que den fe de sus aventuras y las hagan perdurables.

En esa época existieron grandes historiadores, que también fueron considerados como periodistas, entre estos se puede mencionar a: Tucídides, quien al más puro estilo de un corresponsal, narró la guerra del Peloponeso; Herodoto, el padre de la historia, inició el gran periodismo viajero, convirtiendo a sus relatos en verdaderas piezas periodísticas, lo que ha hecho que algunos críticos quieran darle el título de **padre del periodismo**; con estas afirmaciones no solo se puede calificar al imperio griego como la base del periodismo oral sino también del escrito, porque aunque fueron historiadores, estaban también realizando un trabajo periodístico, ya que cumplían de alguna forma con los preceptos de su definición, es decir, recolectaban información mediante la observación, conversación, etc., la sintetizaban o resumían, la jerarquizaban lo que significa que ponían en orden los acontecimientos de acuerdo a su importancia o en forma cronológica y finalmente la publicaban, con lo que dejaron perennizados los sucesos, para que las futuras generaciones tengan constancia de esos hechos.

1.2.2 ROMA: PERIODISMO ESCRITO

Entre los años 753 a.C. y el 476 d.C., los romanos desarrollaron una extraordinaria civilización que dominaba toda la cuenca del Mediterráneo.

Sus legiones conquistaron numerosos territorios y, sobre la gran cantidad de pueblos asimilados, Roma impuso una compleja administración política y económica; además, creó instituciones que han servido de modelo para muchas de las que tenemos en la actualidad. Los romanos emplearon tres sistemas sucesivos de gobierno que se aplicaron después a otras culturas: la Monarquía, la República y el Imperio, pero además en el área de la comunicación se dio en su territorio auge a un **periodismo escrito**.

Este imperio estaba dividido en provincias y ciudades que tenían cierta autonomía de gobierno, pero el poder se encontraba centralizado en Roma, por lo que requería de una gran cantidad de información para mantenerlo unido, y estar atento ante posibles intentos golpistas, que por lo general se daban en la época. La clase privilegiada también necesitaba permanecer informada ya sea por simple curiosidad, o para disponer de elementos de juicio y conspirar con éxito.

Acosta Montoro, (citado en, José Villamarín, 1997, p. 49) dice que:² además afirma la existencia de personas que vivían del comercio de las noticias y que no dudaban en inventarlas cuando no poseían material informativo.

Algunos autores relatan la existencia de los **pregoneros**, quienes recorrían las calles de la ciudad difundiendo información, pero también cuentan de la presencia de un profesional del rumor.

La necesidad de informarse obligó a crear **los anales**, documentos públicos que se depositaban delante de la casa del pontífice, donde se relataban en resumen los principales hechos ocurridos el año anterior, a la fecha de su aparición y que luego eran archivados.

A mucha gente estos anales no les servía porque no contenían información muy actualizada, por lo que se veían en la necesidad de tener uno o dos corresponsales, que generalmente eran esclavos libertos, quienes copiaban lo más interesante de los anales y recopilaban información de las noticias, como si fueran unos verdaderos periodistas.

Lamentablemente este sistema de corresponsales tenía una falla, que muchas veces daba lugar al rumor y a las alteraciones de la información, es decir, las noticias llegaban corregidas y aumentadas, lo que podía causar graves conflictos.

A causa de este problema César, emperador romano y un hábil político, tomó la decisión de entregar la información directamente, claro está, de acuerdo a su conveniencia, fue entonces que ordenó la publicación de la llamada **Acta Senatorial**, una tabla encerada con el resumen de las principales resoluciones del Senado; este hecho causó la molestia de los miembros del mismo, quienes crearon la famosa **Acta Diurna**, considerada como el antecedente más remoto del periódico, que se exponía al público a la entrada del Senado y contenía noticias relacionadas con los negocios, asuntos sociales, fiestas, defunciones y hasta sucesos extraños, a los cuales se les podría calificar como antecesores del sensacionalismo.

El Acta alcanzó una amplia difusión dentro del imperio, y con ella los corresponsales ya no tenían que ir a buscar información en otros lados, peor aún inventársela.

² *“la necesidad de noticias creó el negocio de los corresponsales”*

Ciertos autores la calificaron como una especie de gaceta oficial al servicio del gobierno, considerada como un escrito con carácter periódico y con referencia a acontecimientos del día, pero no constituyó un verdadero periódico, pues no llegó a tener una organización fundamental o una naturaleza definida.

En definitiva, se puede rescatar, que este poderoso imperio, manejó de alguna manera el concepto de periodismo escrito, debido a la presencia de los corresponsales, que trabajaban, para recabar información de los acontecimientos que se daban, en los distintos territorios del reino romano, sin basarse ya en una simple averiguación de carácter oral, sino que ellos tomaban nota de lo que se enteraban en otros lugares, lo cual dio nacimiento a una forma incipiente de reporterismo: hacían una especie de entrevistas o interrogatorios a la gente para poder tener los datos que requerían.

De la misma manera investigaban en los documentos oficiales, claro está que no era una investigación exhaustiva, sino una mera copia de dichos escritos, pero todo esto en conjunto se podría dar a entender, como un inicio al periodismo de investigación.

Con su labor, permitían mantener informada a la clase minoritaria o poderosa de la región y finalmente ésta difundía las noticias dentro del estado, en la afamada Acta Diurna, que fue el umbral de los medios de comunicación escritos, aunque no tenía ciertas características que la calificaran como un verdadero periódico.

Es importante resaltar que estas dos civilizaciones de gran envergadura dentro de la Historia, dieron la pauta de inicio hacia un periodismo propiamente dicho, la necesidad de permanecer informados, de evitar cualquier ataque sorpresivo y de mantener sometido al pueblo fue su detonante.

Con el transcurrir del tiempo, el desarrollo del periodismo no se dio a pasos agigantados, pues la humanidad tuvo que vivir momentos oscuros como en la Edad Media, en donde se vio dos caras de la moneda, por lo que los historiadores, para su fácil comprensión dividen a la época en dos: la alta edad media (siglos V al X) y la baja edad media (siglos XI al XV).

En la primera etapa las condiciones de ignorancia y analfabetismo, no solo del pueblo sino también de quienes los gobernaban, eran las que reinaban, lo cual impulsó a que la iglesia tomara en sus manos el poder, porque era la única que mantenía un grado alto de

cultura en ese tiempo, es decir sabía leer, escribir, hacer cálculos matemáticos, etc., por lo que la comunicación entre los demás seguía siendo vía oral.

El monopolio de la cultura y la comunicación, se convirtieron en poderosas armas de control y de sumisión, es por ello que a la alta edad media se la conoce como la “larga noche oscura de la humanidad”.

En la baja edad media, las condiciones fueron diferentes, surgió una gran actividad intelectual, en donde se recopilaron muchos manuscritos, apareció una escuela de traductores del griego al latín, con lo cual se pudo divulgar en parte el pensamiento de los grandes filósofos griegos, claro está que todo esto se realizaba con una escritura manual.

Otro de los aspectos fundamentales de esta etapa, fue el aparecimiento de las ciudades, que dificultó el control del poder eclesiástico sobre el pueblo, así como también la demanda de mayor intercambio comercial, lo que dio como resultado que la información no oficial llegue a través de los mercaderes y la conformación de una nueva clase social: **la burguesía.**

La actividad intelectual, el aparecimiento de las universidades, el fructífero intercambio mercantil y el desarrollo de los correos, demandó una forma de comunicación más eficaz que la oral, de esta manera se desarrolla la **comunicación manuscrita**, que tuvo que convivir con la anterior debido a que la expansión de la escritura era lenta, los índices de analfabetismo todavía eran elevados, la reproducción de textos duraba muchísimo tiempo (por su realización a mano) y el papel aún no tenía suficiente difusión.

Con el desarrollo del manuscrito, aparecen los primeros profesionales del periodismo en el siglo XIII, se afirma este acontecimiento debido a que en la época se impuso una ordenanza real en Inglaterra, la cual amenazaba con fuertes sanciones a los propagadores de noticias falsas.

Vásquez Montalván, (citado en José Villamarín, 1997. p. 65) al respecto dice:³

³ *“Profesionales de la escritura manuscrita que van desde el simple transcriptor de noticias hasta los relacionistas, que enviaban informes sobre aspectos concretos de la vida política a clientes fijos. El negocio de la oferta y demanda de la información facilitó la conformación de oficinas redaccionales, donde los portadores de nuevas cobraban por darlas y los profesionales de la escritura (copistas) las escribían y copiaba tantas veces como clientes estuvieran suscritos al servicio”.*

Estos periodistas medievales pusieron en marcha las hojas de noticias, pequeñas hojas escritas a mano, que abastecían la información a reyes, cortesanos, comerciantes, banqueros, etc. Se les conoció con diferentes nombres según las regiones en las que aparecieron: Newsletters en Inglaterra, Zeitung en Alemania, Avvisi en Italia y Relaciones en España.

Sin embargo, es necesario señalar que trovadores, juglares, mercaderes, clérigos y simples peregrinos, fueron los encargados de la difusión de todo tipo de noticias, unas confiables, otras no, pero noticias al fin, ellos hacían parte de una comunicación alternativa; de estos se destacan los mercaderes, quienes transmitían informaciones no oficiales y novedades que iban más allá de lo que el clero difundía y permitía, esto contribuyó a hacer tambalear la verdad de la Iglesia y a debilitar su poder, naciendo de allí la propaganda política.

Sea como sea la comunicación iba avanzando, y el hombre buscaba formas más fáciles para poder tener acceso tanto a la información como a la cultura, lo que dio auge al apareamiento de diversos métodos para su rápida reproducción.

1.3 APARECIMIENTO DE LA IMPRENTA Y SU APORTE PARA EL DESARROLLO DEL PERIODISMO ESCRITO.

Se hablaba en ese entonces de la necesidad de un invento que permita una eficaz forma de reproducción de información escrita y de textos, lo que llevó a forzar al ingenio humano, para la creación del primer intento de imprenta: **la xilografía**, procedimiento mecánico que utilizaba planchas de madera en las que se grababa a mano el comunicado, se llenaba de tinta y se imprimían las copias deseadas sobre el papel, este sistema se conoce como de caracteres fijos. Si bien el proceso agilitaba la reproducción, se demoraba en el trabajo inicial, es decir, en el grabado del manuscrito en la tabla.

Con este método, los chinos, quienes lo inventaron, imprimieron **el Diamond Sutra**, el primer libro del mundo publicado en el año 868 d.C.

Los chinos, también perfeccionaron un sistema tipográfico móvil, en el cual se utilizaban caracteres individuales, que al principio eran hechos de arcilla y después de bloques de madera. Los coreanos experimentaron con tipos móviles de metal, a inicios del siglo XV.

Pero la gran creación ocurrió en 1440, en Alemania, país en donde nació Johann Gutenberg, a quien se conoce por haber creado una prensa de impresión que utilizaba un

tipo móvil de metal, este descubrimiento llevó el nombre de imprenta, y fue con la que publicó, su famosa Biblia en 1453.

Este invento de tal envergadura, se extendió rápidamente por toda Europa y trajo consigo algunas repercusiones como:

- El desarrollo de las lenguas vulgares (cotidianas) del continente europeo. Debido a que la mayor parte de los manuscritos se escribieron en latín, no todos tenían acceso a esta clase de documentos, los impresores se dieron cuenta que podían ganar más si los libros se publicaban en francés, inglés o alemán. Gracias a ello las personas pudieron acceder a la información, a la alfabetización y también se pudo publicar más y más textos.
- Desempeñó un papel importante en el levantamiento religioso, pues Martín Lutero, máximo representante de protestantismo, pudo transmitir su inconformidad con la iglesia católica en sus noventa y cinco tesis, que se difundieron por todo el continente en tan solo un mes. Además con la invención de la imprenta la Biblia pudo llegar a más personas, de tal forma que ellas mismas podían interpretarla sin la necesidad de intervención del clero, lo que ayudó a que exista mayor acceso a la información, disminuyendo el poder de la iglesia y la expansión del protestantismo por varios países.
- La imprenta aceleró la publicación de investigaciones científicas, garantizando que los científicos leyeran textos idénticos en países diferentes y contribuyeran al trabajo de otros, como es el caso de Galileo y Newton.
- Favoreció la exploración de otros territorios.
- Tuvo su mayor repercusión en el avance del saber y del conocimiento, pues los estudiantes universitarios podían instruirse en libros impresos, cuyo acceso era más fácil, además que ayudó a elevar el número de estudiantes en estas instituciones.

Con la imprenta también estuvo presente la censura y represión, pues era un poderoso instrumento al servicio de quienes la manejaban, es así que en Francia se estableció la pena de muerte para los impresores de escritos sin permisos oficiales. En España estaba prohibido el ingreso de libros de romance de otros países, bajo la pena de muerte y

pérdida de los bienes. Los libros que no habían recibido autorización para su publicación, eran inmediatamente quemados.

Estas disposiciones incentivaron las publicaciones clandestinas impresas y manuscritas. Pero cuando la imprenta llegó a los países dominados por los protestantes, la libertad de publicación fue mayor.

En definitiva se podría señalar que sin la imprenta, el Renacimiento no habría sido posible, pero tampoco se hubiese dado origen a lo que hoy se conoce como: **noticias y a la comunicación de masas**, a pesar de su censura y represión.

En los siguientes siglos la imprenta se perfeccionó, es así que a fines del siglo XVIII, se inventó la prensa de metal; poco después se comenzó a emplear la energía de vapor para manejar la prensa.

Los adelantos tecnológicos permitieron la aparición de **la prensa de a centavo**, un periódico masivo. En 1880 se empezó a usar un papel de mejor calidad hecho de pulpa de madera y **el linotipo**, dispositivo que permitía componer y justificar una línea entera de tipos metálicos. El fotograbado mejoró la imagen de los periódicos en la década de 1890, así como el desarrollo de la fotografía de medio tono, unos años después. El tipo de metal caliente dio paso a la fotocomposición y a la impresión offset en las décadas de 1970 y 1980. Años más tarde la computadora hace su aparición, permitiendo un trabajo de impresión de escritorio a un costo relativamente bajo. La imprenta ha cambiado mucho con el paso del tiempo, pero sus consecuencias todavía están presentes.

Lo escrito anteriormente, relata la gran importancia que tuvo la invención de la imprenta, porque fue el eje principal para que se difundiera la información y con ella la creación de otros inventos que favorecieron el desarrollo del periodismo escrito y la existencia de medios de comunicación de masas como: los periódicos y las revistas, siendo éstas últimas el tema principal de la presente tesis de grado.

Para poder acercarnos a la revista en la actualidad, se debe hacer una pequeña recopilación histórica de su apareamiento en el mundo de la información y más concretamente de la prensa escrita, por eso es que al finalizar este capítulo se expone como un aperitivo, los inicios de este medio de comunicación, que luego se extenderán en el apartado número dos del presente trabajo de investigación.

Si se quiere encontrar el antecedente más remoto de las revistas a nivel mundial, con seguridad habría que remontarse a los almanaques del siglo XVI. Donde se hacía una compilación de los principales hechos ocurridos durante los últimos seis meses. Allí se privilegiaban los acontecimientos políticos y militares, mientras que los sucesos diversos quedaban para las hojas impresas o manuscritas que pululaban sin orden en la época.

En este sentido, la semejanza entre almanaques y revistas no va más allá que la de perdurabilidad de los contenidos, pues en ambos casos tienen el carácter de vigentes, mientras que la variedad propia de los magazines estaba reservada para las hojas impresas de periodicidad semanal o quincenal.

Es así que las primeras revistas reunían una gran variedad de material que era de interés para los lectores. Una de ellas fue la publicación alemana: "**Erbauliche Monats-Unterredungen**" (Discusiones Mensuales Edificantes), que apareció entre los años 1663 y 1668.

Luego surgieron más, en otros países de la misma Europa como: Francia, Inglaterra e Italia.

Para la década de 1670 se dieron a conocer al público algunas revistas de contenido ligero o de entretenimiento; la más conocida de todas ellas fue "**Le Mercure Galant**", que se publicó en 1672. Más tarde ésta cambió de nombre a "**Mercure de France**".

A comienzos de siglo XVIII Joseph Addison y Richard Steele crearon "**The Tatler**" (1709-1711), que se editaba tres veces por semana, la cual reunía una colección de textos como: ensayos, artículos, reportajes, poemas, etc., que muchas veces contenían ilustraciones.

Pero, el magazín, en su acepción etimológica de revista de variedades, apareció casi dos siglos más tarde, en Inglaterra, como se lo va a ver en el acápite siguiente.

CAPÍTULO 2

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

2.1 LA REVISTA EN EL MUNDO

En el capítulo anterior, se empezó a dar una pequeña explicación, sobre los antecedentes de la aparición de las revistas en el mundo, sin embargo, en este apartado se va a profundizar en su historia, evolución y sus principales ejemplares, partiendo de lo que realmente se considera como una revista.

Se dijo que este medio de comunicación, con su verdadera identidad (revista de variedades), apareció en Inglaterra en el siglo XVIII. Su creador fue Eduardo Cave, un audaz periodista, quien para burlar la censura del Parlamento, que prohibía la reproducción de las sesiones privadas de las Cámaras de los Comunes y de los Lores, decidió hacer un periódico tipo “almacén”, donde haya la mayor variedad de productos de consumo informativo y, además, informes parlamentarios. En esas condiciones la Cámara difícilmente podría censurar la publicación.

El primer número del **Gentleman’s Magazine** apareció en 1731, con 42 páginas a dos columnas y se editaba en forma mensual; de esta manera nació la revista recreativa destinada como una alternativa a complementar al periódico.

Esta espectacular idea de los magazines mensuales o semanales, que había dado muy buen resultado en Inglaterra, empezó a interesar a los norteamericanos, dándose en ese país su mayor progreso.

En sus inicios, las revistas estadounidenses concentraban diversos tipos de contenido literario, tomado de libros, panfletos y periódicos, reunidos en una sola portada.

Benjamín Franklin fue el primero en querer publicar una revista en las colonias, sin embargo, a sus intenciones se le adelantó Andrew Bradford, quien en 1741 hace que salga a la luz **American Magazine**, pocos días antes de que Franklin publicara **General Magazine**, las dos contenían artículos sobre política y economía, dirigidas en especial a un público formado intelectualmente.

Estos proyectos tenían mucha ambición, debido a que esperaban llegar a las 13 colonias inglesas en Estados Unidos, y a la vez influir en el pensamiento de los lectores;

lastimosamente se vieron obligadas a cerrar debido a la falta de recursos económicos para su publicación.

En 1757, en Filadelfia, William Bradford publicó **American Magazine and Monthly Chronicle**, revista que aparte de citar los mismos aspectos que las anteriores, incluyó un poco de humor; se conoce que estaba bien editada y apareció durante un año.

Idler, aparece en Inglaterra en 1758, una revista que contenía en su interior ensayos, respecto al arte, la literatura y la ciencia.

El Pensador, nace en España en 1762, dedicándose a criticar las costumbres sociales de la época y en 1767 en el mismo país aparece **La Pensadora Gaditana**, la primera revista femenina de la que el mundo tiene registro.

Debido a la agitada vida política del momento, por las quebrantadas relaciones existentes entre las colonias angloamericanas y Europa, las revistas al igual que los periódicos asumieron una gran responsabilidad, la de mantener informados a sus lectores y a la vez expandir su pensamiento de libertad, es así que Thomas Paine, defendió sus ideas independentistas en su revista **Pennsylvania Magazine**, desde donde apoyó a la revolución, pero se vio obligado a cerrar en 1776, debido a que fue indirectamente víctima del conflicto.

Para 1785 surge en Alemania **Allgemeine Literatur-Zeitung**, enfocada en profundizar y difundir las nuevas tendencias literarias, debido a que las publicaciones comenzaron a introducir información general, y paulatinamente, se fueron concentrando en la literatura y la ciencia.

En 1787, **El Observador**, de origen español, apareció con informaciones políticas y literarias, al poco tiempo fue prohibido por la inquisición, debido a sus ideas revolucionarias.

En los primeros años del siglo XIX, se empieza a dar un desarrollo al capitalismo y con éste a la libertad de comercio, de empresa y también a la libertad de prensa, la que se desarrolló de una manera insólita, por el acelerado aparecimiento de nuevos periódicos y publicaciones con los que se pretendía mantener informada a la comunidad.

Para ello, se dieron cambios radicales en todo sentido dentro de la sociedad, tales como: el nuevo papel político del ciudadano común; el auge del mercantilismo y la revolución

industrial, que en el mundo de la comunicación acarreó innumerables avances tecnológicos; y, el inicio de la instrucción y educación de las grandes masas.

Este siglo trajo consigo grandes adelantos para la humanidad y para los medios de comunicación, muchos de ellos específicamente para los medios escritos, pues en 1804 se instala la primera máquina de hacer papel, que rompe la barrera de lo artesanal, generalizándose en el mundo entero su fabricación en 1820. Con el paso del tiempo se experimenta la primera prensa a vapor que sustituye a la manual, gracias a la cual la impresión se hace cada vez más rápida, ayudando a la expansión de la información y la cultura.

En París, otro de los adelantos tecnológicos hace su aparición, Niepce inventa la fotografía en 1814, siendo utilizada en periodismo desde 1880, cuando se publicó la primera fotografía impresa a medias tintas en el Daily Graphic. Pero, es en 1891 cuando se establece comercialmente el sistema de grabado tricolor.

Los grandes inventores no pararon, es así que entre 1821 y 1837 se perfeccionan las prensas motrices, aparece la prensa a cilindro (1828), surge la plegadora de papel (1829) y se inventa el telégrafo eléctrico (1837).

Casi cinco décadas tuvieron que transcurrir (1840 – 1890), para que florezcan nuevos proyectos como: el papel fotográfico (1841); la prensa rotativa (1866); la máquina de escribir (1867); el teléfono, uno de los más grandes inventos de la época, cuyo creador fue Bell (1876); el micrófono (1878) y finalmente la historia, fue testigo del nacimiento de la linotipia en 1886; todos estos descubrimientos colaboraron, cada uno por su parte, al progreso no sólo de los medios sino de la humanidad.

Con estos avances, los magazines poco a poco fueron prosperando, hasta convertirse en los medios de comunicación escritos, con mejor calidad de impresión y fotografía que tenemos en la actualidad y cuyo desarrollo histórico se seguirá impregnando en las líneas siguientes.

A principios del siglo XIX se dio una gran expansión de las publicaciones periódicas, entre las más importantes se encuentran:

- En 1802, surge en Inglaterra **The Edinburgh Review**, en la que se dejaba notar sus claras tendencias políticas, siendo una de las más influyentes de la época.

- **North American Review**, publicada en 1815, estaba orientada al arte de Nueva Inglaterra y su política y **Port Folio**, editada por Joseph Dannie; quien deseaba con su revista, llegar a los hombres más pudientes, letrados y liberales de la época; su ideología era contraria a la revolución, se manifestaba a favor de los ingleses, e incluso a la Declaración de la Independencia la llamó “falso, flatulento y absurdo papel”, se oponía a la existencia de la democracia, razón por la cual, fue acusado de sedición. Su revista se publicó hasta 1827.
- **Literarisches Wochenblatt**, aparece en Alemania en 1820, publicación periódica de clara tendencia política y con artículos escritos por eminentes autores y políticos.

Los magazines ya no eran exclusivos del estrato intelectual, sino que ya avizoraban prestigio dentro de la clase media culta, con esta perspectiva nacieron:

- **Knickerbocker, Graham's Magazine y Saturday Evening Post**, que se empezaron a publicar entre 1820 y 1840; la revista Graham's, en ese tiempo la dirigió Edgar Allan Poe, la misma que alcanzó una circulación de 40.000 ejemplares.
- En 1822, **The Mirror** se publicaba en Inglaterra, fue una revista semanal e ilustrada.
- Bajo el mismo lineamiento que la revista inglesa, nace **Revue des Deux Mondes**, en Francia.
- Revistas como **Godey's Lady's Book y Peterson's**, publicadas en 1830 y 1842 respectivamente, tenían un contenido dirigido al público femenino, con artículos sobre moda, dietas, moral, salud y grabados coloreados a mano; la primera estuvo dirigida por Sara Hale, quien fue la precursora en abordar los derechos de la mujer y luchó en defensa de las mujeres escritoras.
- En 1833, hizo su aparición **El Diario de las Damas**, revista femenina editada en España.
- Un modelo de humor se instauró en Inglaterra con **Punch**, en 1841.
- La ilustración moderna llegó al Reino inglés, en 1842 con **Illustrated London News**, siendo una de las más importantes en el país.

- En 1850 salió a circulación la revista **Harper's Monthly**, cuya particularidad era que contenía ilustraciones muy cuidadas junto con artículos en formato de doble medida, mostraba material que se había publicado anteriormente en otras fuentes.
- Se edita en 1853, la **Revista Española de Ambos Mundos** en Madrid, la misma que tuvo gran interés y resonancia en América Latina.
- En 1857, apareció **Harper's Weekly**, la que por sus imágenes de la Guerra Civil estadounidense alcanzó gran prestigio.

Dentro de la década de los cincuenta, la característica fundamental de la prensa de Estados Unidos, se manifestaba por su estilo sensacionalista y era de esperarse que éste repercuta en las revistas, siendo una de ellas:

- **Frank Leslie's Illustrated Newspaper**, un semanario de 16 páginas que costaba diez centavos, estaba lleno de horribles asesinatos, depósitos de cadáveres y cuerpos mutilados.
- Sobresalió también en este período el **New York Ledger**, inaugurado en 1855 por Robert Bonner, quien publicaba las mejores obras de escritores populares de la época, siendo su singularidad la de incluir melodramas por entregas o historias detectivescas que las cortaba con la leyenda de "continuará en el New York Ledger", haciendo que sus lectores se queden con la intriga y compren la siguiente emisión.
- En 1857, aparece en España, **Crónica Hispanoamericana**, interesada en difundir la cultura latinoamericana.
- **The Cornhill Magazine**, se publica en Inglaterra en 1860, fue editada en sus comienzos por William Mahepeace Thackeray, se caracterizó por la emisión de artículos sobre economía e incluyó en sus páginas novelas de escritores contemporáneos por entregas.
- La sátira en el interior de las páginas de las revistas, se empezó a dar en la publicación española **Gil Blas**, en 1864.
- Para 1869, en España surgen **La España Moderna** y **La Ilustración Española y Americana**, esta última, una revista quincenal fundada por Abelardo de Carlos, fue, sin género de dudas, la publicación más importante de la segunda mitad del

siglo XIX español. Importancia reconocida por la enorme cantidad de material gráfico (principalmente reproducciones de grabados en madera) que aportó al mundo de la iconografía.

- En 1870, **El Correo de España**, sale a la luz, haciendo alusión a la cultura hispanoamericana.
- Uno de los magazines norteamericanos con mayor éxito en este período fue **Ladie's Home Journal**, fundada por Cyrus Curtis en 1881, quien se dio cuenta del potencial que tenía la publicidad nacional en esta industria y la usó de tal modo que pudo vender sus ejemplares a menor costo y obtener ganancias, utilizando al público masivo para llamar la atención de los publicistas. Contrató actores profesionales e inició una intensa campaña promocional. Para 1893 había vendido 700.000 ejemplares.
- En 1886 se edita por primera vez una revista dirigida a un público exclusivamente femenino, **Cosmopolitan** en Estados Unidos, la que siguió el ejemplo de publicidad de la revista anterior.
- En 1892, **Vogue**, emerge en Norteamérica, siendo una revista femenina.
- **Simplicissimus**, revista humorística, surge en Alemania en 1896

Durante la década de 1890 y los primeros años del siglo XX, las publicaciones tuvieron una variación, pues se les dio por hacer reportajes de denuncia, con lo que se obligó a la gente a permanecer informada por este medio. Sus lectores asistieron a reveladoras historias que comprometían tanto al gobierno como a compañías importantes dentro de la industria estadounidense; *Cosmopolitan* fue una de ellas.

Pocos años después esta técnica se había desgastado, el público se cansó y los magazines tuvieron que cambiar de estrategia.

Con el transcurrir del tiempo, las características de las revistas fueron variando. A inicios del siglo XX, apareció la tendencia hacia la especialización, debido a la importancia que se le había dado a la publicidad dentro de la industria, por lo que los editores de revistas debían pensar no sólo en agradar a sus lectores, sino también en atraer a un público valioso para los publicistas, de tal forma que tuvieron que especializarse en procedimientos de comercialización.

Es así que en este siglo florece:

- **Vanity Fair**, cuya primera edición sale a la luz en 1913, revista con gustos literarios algo más exquisitos y de una actitud abiertamente hostil hacia la estricta moralidad victoriana.

Entre las dos guerras mundiales, las revistas también sufrieron cambios importantísimos, debido a la situación económica y a los estilos de vida que se dieron en esa época; se destacaron los magazines de tipo resumen, de carácter noticioso y las revistas gráficas.

Dentro de esta clase de revistas apareció **Reader's Digest** en 1922, la que se dedicaba a reimprimir noticias de otros medios, pero con la peculiaridad de condensarlos, para que sea más rápida su lectura. Este tipo de publicaciones logró gran aceptación, por lo que llegaron a imprimir y vender aproximadamente un millón de ejemplares en 1935.

En estos años cobraron auge las revistas informativas, **Time (1923)** fue una de ellas, aquí se depuraban y agrupaban las noticias en distintas categorías; además presentaba un estilo narrativo de reportaje; un periodismo colectivo plasmado en artículos anónimos; estableció la formación de un departamento investigativo y finalmente practicaba una redacción ágil, ingeniosa, con un lenguaje cotidiano.

De 1930 a 1970 fue la edad de oro de los magazines. Los de mayor éxito fueron **Life** y **Look**, en los Estados Unidos, y **Candide**, **Match** y **Marie-Claire**, en Francia, las que respondían a los variados intereses de una audiencia numerosa. Balle (citado en José Villamarín. 1997, p.190) dice al respecto:⁴

La esencia de estas revistas era la imagen, mientras que el texto se convirtió en un simple accesorio, de tal manera que surgió un nuevo arte periodístico, el que relataba los acontecimientos por medio de las fotografías, atrapando de esta manera la mirada de la audiencia. En 1970 Life era todavía una gigante, tiraba 8 millones de ejemplares.

Pero la idea de ser aún más especializadas, vino a partir del período de la postguerra, debido a la mayor disponibilidad de tiempo libre de los ciudadanos americanos, así nacieron las revistas deportivas como **Field and Stream**, **Sports Afield**, **Gold Digest**, entre otras.

⁴ "estos magazines fueron un poco los supermercados de la información y de la cultura de las masas"

De la misma forma florecieron las revistas de carácter científico, con una versión para todo público entre las que se destacan **Scientific American** y **Science Illustrated**.

Los años pasaban, las épocas se transformaban y con ellas la forma de pensar de las personas también avanzaba, se encontraban un poco más abiertas hacia el cambio, claro está que no todos lo veían con buen agrado, pero los medios de comunicación tenían que buscar tácticas para llamar la atención de sus audiencias, es por ello que se lanzaron revistas con una mentalidad más amplia hacia la sexualidad, magazines como **Confidential** (1952) y **Playboy** (1953), lograron gran aceptación especialmente dentro del público masculino, aunque no era bien vista su adquisición.

Entre los años 40 y 50, surgieron revistas dirigidas a la población negra, John Johnson había publicado **Negro Digest** en 1942, **Ebony** en 1945, más tarde editó **Jet y Tan**, así como también **Black World** y **Essence**.

Es importante también resaltar la existencia de revistas, en especial de carácter literario, dentro de Hispanoamérica; tal es así que de entre éstas se destacan: **La Gaceta de Literatura** de México (1788), **El Papel Periódico** de la Habana Cuba (1790), **El Mercurio Peruano** (1791), **Primicias de la Cultura de Quito** (1792) y **El Diario de México** (1805); las cuales son las principales en la época de la colonia.

Si bien estas publicaciones no son en sí revistas, se las nombra por la importancia que tuvieron, ya que en este período de la historia todavía no se daba su existencia.

En cambio, en las etapas independentistas y la republicana, se refleja una creciente manifestación hacia las publicaciones periódicas.

A inicios del siglo XIX, aparecen en América: **El Iris** de México (1826), cuyo contenido no sólo muestra la gran influencia de Europa sobre el ámbito cultural de la época, sino también las inquietudes políticas y los intereses que se movían en el país azteca de aquellos años, fue editada por José María Heredia; y, **El Mosaico Mexicano** (1836), primera publicación dedicada exclusivamente a los intereses de las mujeres.

Entre 1850 y 1890, prestigiosas publicaciones florecen dentro de Hispanoamérica, tal es el caso de **El Museo Guatemalteco** (1856); **La Revista de Cuba** (1877), dirigida durante toda su trayectoria por José Antonio Cortina, publicación quincenal de ciencias, derecho, literatura y bellas artes; **El Repertorio Colombiano** (1878); la **Revista**

Venezolana (1881), regida por José Martí; la **Revista de Artes y Letras** en Chile, y **El Correo del Perú** publicadas en 1884. Vicente Pallares Peñafiel y Trajano Mera fundaron la **Revista Ecuatoriana** (1889), con la que se empezó a dar a la luz numerosas poesías de tono menor, rehuyendo el tratamiento de los temas políticos.

Dentro de la última década del siglo XIX, emergen algunas publicaciones periódicas de gran importancia, entre las que se pueden citar: **La Revista de América** (1894), editada por Rubén Darío y Ricardo Jaime Freyre, en Argentina; **Cosmópolis** en Venezuela instituida el mismo año; **El Cosmos** aparece en Panamá en 1896; **El Mercurio en América** (1898), de origen argentino y editado por Eugenio Díaz Romero; **La Revista**, fundada por Julio Herrera y Reissig; y, **Del Salto** por Horacio Quiroga, las dos de creación charrúa que fueron lanzadas en 1899.

Con el paso del tiempo se hacía más fuerte la necesidad de informar y comunicar a los demás sobre distintos aspectos de la vida política, económica, social y cultural en los países de América Latina, razón por la cual aparecieron nuevas revistas.

Iniciando el siglo XX y con nuevas perspectivas comunicativas nace en Perú **Prisma** (1905) una revista social, literaria, severa y aristocrática; en Argentina aparece **Nosotros**, publicada en 1907, dirigida por Roberto Giusti y Alfredo Bianchi, la que dio cabida a una enorme variedad de autores que reflejaron el pulso cultural de la época.

De 1916 a 1920 Perú ve brotar a dos revistas de gran nivel la **Revista Colónida** (1926) y **Social** (1919), de entre las cuales, la que alcanzó mayor logro fue la primera, una revista literaria fundada en Lima por el escritor peruano Abraham Valdelomar, en torno a la que se gestó un movimiento de renovación estilística y estética. Pese a su brevedad, esta revista tuvo una significación importante en el desarrollo de la literatura peruana; se manifestó en contra del academicismo y de las influencias aun persistentes de tendencias literarias ya caducas, como el costumbrismo y el romanticismo. Atrajo a sus páginas a los jóvenes escritores procedentes de las provincias.

Tres décadas marcaron, en las nuevas revistas de los países latinoamericanos, el deseo de romper las ataduras heredadas por la vieja literatura, que siguiendo el ejemplo de la Colónida peruana, buscaban modernizarse, tal es así que en 1920 aparece **México Moderno**, dirigida por González Martínez; en 1921 surge **Prisma** en Argentina, revista vanguardista, cuya característica relevante es una reacción total en contra de lo

tradicional; en 1924 surge **Martín Fierro** en Argentina, comprometida con la problemática social y política; **Caballo de Bastos**, nace en 1925, de la mano del escritor y poeta chileno Pablo Neruda. **Amauta** de origen peruano, emerge en 1926 con la misma tendencia vanguardista de la época, fundada y dirigida por José Carlos Mariátegui.

El surrealismo se apodera del interior de las páginas de **Que** (1928), publicación argentina que se opone a las distintas formas convencionales, morales y sociales, dando cabida a los valores del sueño, del instinto, del deseo y de la rebelión; 1934 fue testigo del nacimiento de la revista chilena **Pro**, finalmente dentro de esta tendencia de origen francés, en 1952 brota **A Partir de Cero**, también Argentina, dirigida por Enrique Molina, la misma que pretendía tener, un carácter más riguroso, con una toma de partido ético y hasta ideológico.

Dentro de todo este tiempo, el progreso de la revista ha sido evidente, la ayuda que le otorgaron los diversos inventos, logró hacer de ésta uno de los medios de comunicación más atractivo para el público lector, como para la publicidad, es por ello que a pesar del apareamiento de otros medios masivos de comunicación como la radio y la televisión, no ha dejado de utilizarse, por el fin de perdurabilidad y de complemento que posee; no se puede negar que ha tenido sus bajas y que han desaparecido muchas, pero editores han estado siempre en la búsqueda de estrategias para seguir ganando audiencia.

2.2. LAS REVISTAS EN EL ECUADOR

Como en el resto mundo, en nuestro país la existencia de las revistas tiene su historia, pues para explicarla se debe arrancar con una pequeña síntesis de la aparición del periodismo en el Ecuador, es decir, desde la época colonial; en donde los historiadores y cronistas españoles daban cuenta de lo que ocurría en estos territorios con sus escritos.

La necesidad de mantener informada a la corona y la urgencia de divulgar los diferentes decretos, leyes y propagar la fe religiosa, hizo del periodismo algo imprescindible.

De todas maneras aparecieron los primeros periódicos dos siglos después de que los españoles se radiquen en tierras incas, y con ellos también vino la censura, pues se quería evitar a toda costa que las colonias lleguen a influenciarse con las ideas liberales traídas del viejo continente.

Para lo cual, la Iglesia había creado ya el Index Librorum Imprimatur, que era una larga lista de los libros prohibidos de imprimirse y leerse sobre todo en las colonias americanas.

Pero, es importante dar a conocer que el avance de los periódicos y el surgimiento de las revistas se debieron a la llegada de la imprenta a América y posteriormente a la Real Audiencia de Quito en 1750, gracias a los sacerdotes jesuitas.

El primer libro fue impreso en 1755 en Ambato, en donde se encontraba radicada la imprenta y en 1759 se la trasladó a Quito.

Con la expulsión de los jesuitas del Ecuador, la imprenta se quedó en manos de Raimundo Salazar, quien tuvo el privilegio de imprimir el primer periódico del país: el quincenario "**Primicias de la Cultura de Quito**", el 5 de enero de 1792, cuyo editor fue el padre del periodismo ecuatoriano y prócer de la independencia, Eugenio de Santa Cruz y Espejo.

Al transcurrir de los años, el periodismo se afianzó en nuestro territorio y con él, nacieron varios periódicos con ideologías diferentes, de acuerdo a la época, llegando por fin a editarse las primeras revistas en el Ecuador en la década de 1870, medio siglo después de convertirnos en república.

Existe una publicación que es mencionada como la primera revista nacional, se trata de **El Iris**, de carácter literario, científico y noticioso de Quito, aparecida en 1861, pero que según aseguran algunos autores, fue un periódico, debido a que en sus primeras páginas lo dice. Su creador fue el colombiano Benjamín Pereira.

En 1870 se publica en Cuenca **La Aurora**, que fue editada por la juventud intelectual de la época.

A inicios de 1871, apareció en Guayaquil la revista intitulada **El Rosicler**, fundada por José Matías Avilés, Clímaco Gómez Valdez y Luis Zalles.

El 15 de febrero de 1873 surge la **Revista de Guayaquil**, creada por el famoso literato Alejandro Cárdenas; una publicación quincenal de ciencia y literatura, de la cual lamentablemente no se guarda ningún ejemplar.

En octubre del mismo año, aparece **La Verdad**, que al igual que la anterior no se encuentra en existencias, por lo que no se tiene referencias claras de ella.

La publicación periódica **El Alba**, apareció en 1875, realizada por un grupo de jóvenes intelectuales de la capital. Además existieron revistas de gran mérito literario publicadas en Quito, de corta duración como: **El Pichincha**, **El Eco de la Juventud**, **La pluma y El Laúd**.

En el año 1878 surgieron en Guayaquil las revistas **La Alborada y El Pénsil del Guayas**.

La revista capitalina **El Orden** aparece en 1880, fundada por Nicolás Augusto González, con carácter político, pero que fomentó la literatura.

Entre los años 1880 y 1881, en Cuenca se editó una revista literaria de nombre **La Luciérnaga**, que posteriormente lo cambió por el de **Liceo de la Juventud del Azuay**, dirigida por Luis Cordero, Remigio Crespo Toral y J. Julio Matovelle.

Dentro de las publicaciones de carácter literario se encuentra la **Revista Literaria**, que se editó en Quito, el 1 de enero de 1881, la misma que tenía un formato A-5 y estaba bajo la dirección de Julio Arboleda e Ildefonso Díaz; salieron 48 números, el último circuló en diciembre de 1882. Se inició con 20 páginas y terminó con 16.

En agosto de 1881 nace la revista cultural, **El Átomo**, de origen ambateño y con una frecuencia quincenal.

En la ciudad de Guayaquil florece en 1882 la revista **El Pueblo**, de periodicidad semanal y cuyo contenido era de arte, ciencia y literatura, la dirigió Modesto Sánchez y fue administrada por Luis E. Márquez.

En 1883 se empezó a publicar los **Anales de la Universidad Central del Ecuador**, revista que es considerada como la de más larga duración en la historia del país, ya que hasta el momento se la edita. Empezó con una periodicidad anual y que luego fue saliendo con una frecuencia indeterminada.

En 1883 aparece **El Ecuador Ilustrado** en Guayaquil, en 1885 **El Progreso** en Cuenca y **El Porvenir** en Quito.

José María Chávez Torres, fundó en 1885 en la ciudad de Guayaquil la revista semanal denominada **El Ecuador**.

En el mismo año aparece la revista religiosa y literaria **El Criterio**. Es importante señalar que entre las revistas de orden religioso más importantes está **La República del**

Corazón de Jesús, encaminada a difundir los intereses de la iglesia y del cultivo de las bellas letras.

El Estímulo, revista quincenal, sale a luz en Riobamba, en el año 1885. Un año antes en la misma ciudad Félix Proaño había fundado la revista semanal **El Mensajero**.

En 1886 empezó a publicarse en Quito **La Revista de la Escuela de Literatura**, perteneciente a la institución del mismo nombre, ésta y la **Revista Ecuatoriana** fundada en 1889 por Vicente Pallares Arteta y Trajano Mera son consideradas las mejores revistas de la época por su criterio literario.

Esta temática literaria-cultural de las publicaciones, se mantuvo hasta mediados del siglo XX, en donde de cada tres revistas editadas, una pertenecía a este tipo.

Hasta el año 1900 se han registrado el aparecimiento de 57 revistas de orden literario, religioso y cultural, pero también se debe destacar la presencia de las revistas institucionales de los municipios de Quito, Guayaquil, Riobamba y Jipijapa y las especializadas en las áreas jurídica, educativa, médica, militar, económica, etc.

Dentro del mundo de la edición de las revistas en el Ecuador, hay que destacar la presencia de las publicaciones de carácter político, que sin lugar a dudas son unas de las más importantes, y que han estado presentes en casi todas las épocas del devenir ecuatoriano.

La primera revista política que se registra en nuestra historia es **El Hisopo**, aparecida en Quito el 21 de diciembre de 1895, pocos meses después del triunfo de la revolución liberal, que marcó profundos cambios en el acontecer nacional.

En 1898 nació la **Revista de Quito**, publicación semanal dirigida por el insigne periodista liberal Manuel J. Calle, considerado como uno de los grandes periodistas latinoamericanos; lamentablemente la revista dejó de publicarse en marzo de 1899. Una de las características de este semanario fue que Calle bajo un seudónimo, se dedicó a fustigar duramente a la oligarquía clerical opuesta al liberalismo.

Se debe destacar que en este período de la historia nacional, los acontecimientos políticos se vieron reflejados más en los periódicos que en las revistas, debido a que éstos se caracterizaron por ser partidistas, panfletarios y fugaces.

Para el siglo XX, la tendencia de los periódicos había tomado un rumbo diferente, pues se practicó un periodismo independiente y de orden empresarial, en cambio en las revistas se mantuvo el periodismo partidista, combativo y batallador, extendiéndose hasta los años 60.

Entre las revistas con estas características se destacaron:

La Vanguardia, revista que nació en 1927, perteneciente al Partido Socialista Ecuatoriano, dirigida por Juan Genaro Jaramillo. Vocera del proletariado nacional.

El 11 de enero de 1933, bajo la dirección de Lizardo López Moreno, el Partido Conservador Ecuatoriano, saca a la luz la revista **La Bomba**, editada en Guayaquil, cuyo objetivo fue el de ejercer una fuerte oposición al liberalismo.

El Partido Concentración de Fuerzas Populares, saca un semanario de corte populista, en octubre de 1949, cuyo director fue Carlos Guevara Moreno, creador y líder de este movimiento.

En diciembre de 1953 el Partido Comunista Ecuatoriano publica **El Pueblo**.

El Partido Liberal en 1955 edita en Quito **Barricada Liberal**, bajo la dirección de Juan Yépez del Pozo (hijo), con contenido anticonservador, basado en los principios de laicismo y derechos humanos.

Con esta publicación se marca el fin de las revistas partidistas, pero no el de las revistas políticas, las que siguieron imprimiendo en sus páginas las diversas ideologías, tal es así que se puede mencionar a:

La Calle, semanario dirigido por el escritor y periodista Alejandro Carrión, en asociación con su colega Pedro Jorge Vera, apareció en 1957, con una fuerte oposición a la derecha política ecuatoriana.

El 21 de enero de 1960, nace de la mano de Pedro Jorge Vera **La Mañana**, quien fue desterrado a Chile en 1966 por la Junta Militar.

En octubre de 1971, en Quito surge la **Revista Nueva**, la dirigió Magdalena de Adoum, una de las pocas mujeres que ha estado frente a un medio de comunicación, de posición izquierdista, que se caracterizó por un periodismo serio, de investigación y denuncia por lo que la clausuraron en 1978.

Al finalizar la Dictadura Militar, se vivía nuevamente en el Ecuador la tan esperada democracia, y con ella vinieron las nuevas tendencias de las revistas, pues despliegan las publicaciones alternativas sin vinculación partidista.

Este nuevo enfoque lo inaugura la revista **Cambio**, editada y dirigida por los periodistas Fabián Garcés y Alberto Maldonado respectivamente, su primer número hizo su aparición en enero de 1978, con tendencia izquierdista.

La revista **Siempre**, surge en junio del mismo año, dirigida por el periodista Rodrigo Santillán, mantenía la misma tendencia de la anterior.

La revista cuencana de orden político **Avance**, se hizo presente en 1981, contaba con la dirección de Rolando Tello.

Contrapunto, revista que marcó al periodismo alternativo, dirigida por Diego Cornejo Mechado, fue una de las más importantes de la época, con un lenguaje sencillo y estilo ágil, de fácil acceso para el lector.

Los Magazines, al igual que los otros tipos de revistas que se fueron desarrollando en el Ecuador, adquirieron mucha importancia, debido a la gran acogida de los lectores, especialmente porque topaban temas de variado interés, como: política, economía, deportes, farándula, música, novedades, gastronomía, decoración, moda, belleza; en fin con artículos de muy diversa índole que las hacía y hacen atractivas para todo público.

El primer magazine de nuestro país fue **Novedades**, apareció en Guayaquil, a un precio de 0.50 centavos de sucre.

Pero, el magazine más importante del Ecuador, sin lugar a dudas ha sido y sigue siendo **Vistazo**, fundado en el Puerto Principal el 4 de junio de 1957, bajo la dirección de Javier Alvarado Roca. En sus inicios la elegancia y la utilización de una nueva técnica y tecnología cautivaron a sus lectores y aún lo hace, debido a la preocupación de quienes la conforman por mostrar a una revista siempre innovadora, creativa, con su estilo ágil y de lenguaje sencillo, permitiendo el fácil entendimiento. Su periodicidad fue mensual, pero ahora se edita quincenalmente.

Esta afamada publicación tiene una gran influencia política en el país, siendo una de las pocas de esta naturaleza que hasta la actualidad se edita.

En la primera década del siglo XXI, se da la presencia más frecuente de revistas especializadas, sin dejar cabida ya a las revistas de carácter netamente político, sin embargo como se dijo en el párrafo anterior Vistazo en sus páginas analiza el acontecer socio-político nacional de los actuales tiempos.

Dentro del desarrollo de las revistas ecuatorianas, se puede notar que han existido muchas, de tipos diferentes, con características singulares, y que cada una de ellas ha aportado al mejoramiento de este medio de comunicación en nuestro país. Ha permitido además, mantener informados a sus lectores de una manera completa, con el análisis de las noticias, lo cual es casi imposible hacerlo en otros medios como la radio, la televisión y el mismo periódico.

Las revistas también juegan un papel importante al entretener a su público, con una variedad en la información, topando temas que van desde una seriedad profunda, hasta los que se podría considerar como banales, pero que a la postre logran atrapar el interés de la gente, alejándola un poquito de sus problemas cotidianos.

2.3 LAS REVISTAS CONTEMPORÁNEAS.

Con el aparecimiento de las computadoras, las impresoras más sofisticadas, el internet, los programas de diseño, en fin, un sin número de ayudas tecnológicas y nuevas técnicas, los medios de comunicación han avanzado de una forma extraordinaria.

En el caso de las revistas todos estos adelantos le han servido para su proliferación, es así, que durante los últimos años se ha dado el aparecimiento de muchísimas publicaciones periódicas de todo tipo y con características diferentes; permitiendo también la posibilidad de que cualquier persona o institución pueda crear una si así lo quiere.

Desde la década de 1980, la industria de publicación de revistas ha tenido varios cambios, dentro de los cuales se destacan:

- 1.- El campo de las revistas se fue concentrando conforme las grandes empresas se adueñaban de más publicaciones.
- 2.- El contenido de las revistas se volvió cada vez más especializado, para responder al interés de los publicistas por llegar a grupos más pequeños y homogéneos.

3.- Finalmente la multiplicación de las revistas en línea.

Estas propiedades, son las que actualmente observamos en el mundo de la edición de revistas, con las que las grandes empresas han alcanzado millonarias ganancias.

Pero tengo que rescatar, desde mi punto de vista, que la más importante de todas es el grado de especialidad que han logrado, gracias a lo cual hoy por hoy somos testigos de la presencia de una multiplicidad de publicaciones periódicas, como las de orden femenino: Woman, Cosmopolitan, Pronto, Diez Minutos, Hola, Yo Dona, Mujer Hoy, In Style, Vogue, Telva, etc., que tienen como característica ver a la mujer desde todos sus facetas, profesional, ama de casa, famosa, mostrando así la pluralidad del universo femenino y las diversas consideraciones que, sobre la mujer existen en nuestra sociedad.

Así mismo As, Mundo Deportivo, Marca, Sport, Contrapié, Reto, Solobici, Topauto, Netdivers, entre otras, son las que destacan el acontecer del apasionante mundo de los deportes; cada una con su peculiar estilo y muchas de ellas subespecializadas en algún deporte en particular.

Las revistas nombradas, sólo reflejan un porcentaje pequeño de las que existen a nivel mundial, con lo cual se observa, que su importancia no ha disminuido a pesar de la aparición de medios de comunicación, que se han ganado los primeros lugares en aceptación dentro del público, por su propuesta video-auditiva como la televisión y el internet.

De todas maneras éstas, no se han visto limitadas en ese sentido, ya que tienen en su poder la gran calidad de presentación con su variedad de papel, los atractivos colores de impresión y de fotografía, su capacidad de análisis periodístico y de contenido, así como también lo que le ha dado mayor popularidad, la publicidad.

Sin embargo hay algo que preocupa a la industria editora, en este caso no solo de las revistas, sino de todos los medios impresos como los libros y los periódicos: "la falta de lectores".

Los jóvenes no tienen una costumbre lectora, lo que ha fomentado que sólo las personas mayores y de clase media culta, adquieran estos medios para mantenerse informados, haciendo un poco de lado a la televisión; lección que se deja para el sector de la educación y a los padres de familia, el inculcar desde pequeños a los niños la lectura,

que no sólo va ayudar al saber leer y apreciar los medios escritos, sino a diversificar su vocabulario, su comprensión y razonamiento, a la vez que mantiene activo su cerebro.

En lo que respecta a las revistas, se ha fomentado últimamente una forma de atraer a los jóvenes con publicaciones especializadas en temas que a ellos les entretiene e interesa como saber de sus artistas favoritos, experiencias de adolescentes como ellos, entre otras.

En definitiva, las revistas todavía siguen vivas y están usando al internet como medio para poder llegar a todos aquellos a quienes no lo han podido hacer de forma impresa.

CAPÍTULO 3

APROXIMACIÓN DOCTRINARIA

3.1 DEFINICIÓN DE REVISTA

Después de haber navegado por la evolución e historia de las revistas, es imprescindible analizar la parte teórica, es decir, los conceptos básicos que se deben saber a cerca de este medio de comunicación, es por ello, que el presente acápite empieza con dar a conocer la definición de revista.

Para nadie es desconocida la revista como objeto cotidiano y como medio de comunicación, me atrevería a decir que el 100% de la población occidental y un alto número de personas de la parte oriental del planeta, han tenido la oportunidad por lo menos de verla, un gran porcentaje de ojearla y muchos de leerla. Su colorido, la calidad del papel y sus impactantes portadas nos han hecho parar en los lugares en donde las expenden, para enterarnos por lo menos de los titulares que contienen en su interior y porque no decirlo, de quien es la chica que aparece en primera página, no sólo en lo que respecta a los caballeros, sino las mujeres también nos vemos atraídas en otro sentido al admirar o envidiar a tales personajes.

La mayoría de estas publicaciones que presentan temas generales, es decir, que no son tan especializadas, utilizan esta técnica para atraer a los lectores y de esta manera hacer que las adquieran. No sucede lo contrario con las publicaciones de orden más particular, ya que de alguna forma sus editores se las arreglan para llegar y atrapar a su público objetivo.

Pero, en el presente trabajo de investigación, es importante tratar de dar una definición un poco más científica de lo que son las revistas, quizá como se dice en los párrafos anteriores, este medio nos llama la atención, pero, ¿qué es lo que realmente entrega a sus lectores?, o mejor dicho, ¿cuál es la verdadera misión de las revistas?, posiblemente, después de conocer su definición se podrían contestar estas interrogantes.

Si preguntamos por el concepto de una revista, cada persona nos podrá dar una definición distinta y aparentemente concluyente, de acuerdo a lo que saben de ellas; sin embargo, se ha extraído algunas de las definiciones que expresan lo siguiente con respecto a su concepción:

1.- *“Publicación periódica, no diaria y que, por sus especiales características de períodos de edición y contenido, recibe diferentes calificativos como: científica, crítica, de información general, etc.”*⁵

2.- La Oficina de Justificación de la Difusión de Españav O.J.D (citada en Juan F. Plaza, 2005, p. 90) define a la revista como: “Comunicación impresa, puesta a disposición del público a intervalos regulares de tiempo, bajo el mismo título, en serie continua con fecha y numeración correlativas”.

3.- Para Groth (citado en Centro de Investigaciones Sociológicas, 1965, p. 127), la revista es: “Un instrumento cultural que está destinado a comunicar en un período limitado o ilimitado, el saber de los objetos que caen con la presencia progresiva en los mundos presentes de los lectores”.

4.- *“Tipo de publicación, por lo común semanal, que atrae al lector, no por el interés de la noticia inmediata (que de ello se ocupa cotidianamente el diario) sino por la utilización de otros elementos técnicos entre los que el “grabado” ocupa el primer lugar. A ello viene precisamente la denominación de la “revista” que “revé” o “vuelve a ver”. La revista tiene esas noticias ya dadas a conocer por el diario, para incorporarles aditivos que la complementan; trae valores inéditos como la sugestión del público, la imagen, color, etc.”*⁶

⁵ De la Mota, Ignacio. (1994). *Enciclopedia de Comunicación* (Tomo 4, p.1222). México: Editores Noriega.

⁶ Varios. (2006, 31 de marzo). *Revistas: Definición y características*. Recuperado el 28 de marzo del 2011, de

<http://es.shvoong.com/humanities/167403-revistas-definici%C3%B3n-caracter%C3%ADsticas/#ixzz1BJa6d9ik>

Después de leer y analizar los conceptos anteriores, se puede observar que los distintos autores destacan similares características de lo que son las revistas, unos fijándose más en los rasgos físicos de la publicación y otros en su contenido editorial, pero que unidos resaltan su todo, formando una magnífica composición que se podría decir constituye una verdadera obra de arte.

La revista es una unidad indisoluble, formada desde su aspecto físico hasta el intelectual; siendo el primero, la causa de atracción instantánea para los lectores: con su papel, la existencia de muchas fotografías, su diagramación, su encuadernación, su color, su tamaño, su portada; y el segundo, el que le otorga mayor importancia, basado en su contenido, con propiedades como el análisis más profundo que da a las noticias, la calidad del escrito, la variedad de temas, etc.; lo que ha hecho que las revistas sean más apreciadas todavía, por el grado de especialización que han alcanzado, motivo que permite considerarlas como objetos de colección, debido al valioso aporte que entregan, pudiéndolas utilizar como fuente de investigación y consulta; en definitiva, concentra en sí, una predisposición por presentarse siempre atractiva para ser leída. Este todo conforma una revista.

Es importante luego de su definición, detallar las características más relevantes de este medio de comunicación, para de esta forma conocerlo mejor y observar la marcada diferencia que tiene con respecto a otros medios escritos como el periódico.

Periodicidad

Se refiere a la frecuencia de aparición entre un número y otro de una revista; ésta no es de carácter específico para todas, sino que dependen de la clase de publicación y de sus editores; de todas maneras se puede afirmar que es mayor a la de los diarios.

No con esto, se quiere decir que los periódicos no puedan tener ediciones semanales, quincenales, mensuales, etc., pero por lo general su periodicidad es diaria (de ahí su denominación habitual de “diario”), porque la característica de la noticia así lo amerita, debido principalmente a que este medio de comunicación expone la actualidad más urgente.

Existen más diferencias entre las revistas y los periódicos, de las cuales se enfatizan: su formato y la estructura de las secciones que lo componen; la calidad del papel; la forma en que se leen; los contenidos de actualidad con los que se nutren y el carácter

informativo que poseen, que en contraste con las revistas, éstas insertan temas mucho más variados que se robustecen con la opinión y el análisis.

En fin, esta característica, de periodicidad que poseen las revistas, es de suma importancia, pues con un periodo más dilatado de aparición, se puede elaborar la información de forma más profunda y cuidada, lo que favorece la generación de contenidos más propios para ser leídos cuidadosamente y con la tranquilidad necesaria, afectando a la receptividad del lector y, quizá, proporcionando al medio una mayor influencia sobre la opinión del consumidor.

Amplitud del tema

Permite, como lo dice su definición, hacer un análisis más extenso de los artículos noticiosos, que suelen aparecer en otros medios de comunicación, para lo cual necesita una mayor investigación a cerca de los acontecimientos. Se puede decir que la revista realmente es el complemento de estos, en especial de los periódicos.

Los lectores ven en las revistas, el medio que genera mayor opinión pública, debido a esta particularidad, en donde las personas pueden acrecentar su conocimiento respecto algún tema específico y esperan a que estas publicaciones estén ya en el mercado, para leer el análisis expuesto de alguna noticia, o descubrimiento (en caso de las revistas especializadas) que durante ese lapso de tiempo causó impacto, es por ello que tienen gran prestigio dentro de su público.

Capacidad de Segmentación

Las revistas tienen como característica la capacidad de segmentación, con la cual seleccionan a su audiencia y les entregan en sus ediciones temas que realmente les interesen, marcando la diferencia y satisfaciendo las necesidades de sus lectores, cumpliendo así con el objetivo de este tipo de publicaciones; convirtiéndose de esta manera en uno de los principales medios de comunicación.

La gente realmente llega a disfrutar mucho de los temas que se encuentran en las revistas, ya que se sienten alagados y comprendidos, cuando sus editores los complacen y les dan gusto.

Con todo lo anteriormente expuesto se puede decir que existe una revista para cada grupo, y que este grupo se siente satisfecho de tenerla. ¿Será que en el futuro, podremos disfrutar de una revista personalizada?, pues en la actualidad ya hay una especie de personalización; ya que algunos periódicos ofrecen suscripciones a secciones de interés para el público, sin necesidad de ver todas las secciones. Las revistas lo harán pronto.

Permanencia

Es importante destacar esta característica, que creo únicamente posee este medio de comunicación, ya que es muy difícil desprenderse de las revistas que se adquieren, para deleitarse con lo que llevan escrito en su interior; los lectores las guardan, las vuelven a leer, las coleccionan, las usan como medio de investigación, pasan los años y las siguen manteniendo consigo.

No sucede lo mismo con el periódico o los medios impresos más elaborados de correo directo, que por lo general llegan por intermedio de las tarjetas de crédito, se entregan en las calles o con la emisión dominical de los diarios, a los cuales muchas veces ni se les toma en cuenta y se desechan como basura.

Las revistas son consideradas por muchos como una especie de objetos de colección, por sus fotografías, sus ilustraciones, su color, su papel, pero sobre todo por su contenido editorial, razones que pesan mucho como para cuidarlas y mantenerlas en los hogares, oficinas, consultorios médicos, etc.

Se destina más tiempo a las revistas.

El lector destina más tiempo a leer las revistas, que a otros medios, debido a que elige un momento específico para hacerlo, en el que no tenga distractores ni interrupciones, generando una lectura más tranquila y detallada, la cual beneficia de mayor forma a la publicidad que se encuentra en sus páginas.

Es muy común ver en las salas de espera de las oficinas, consultorios médicos, en los salones de belleza, una mesita preparada con una variedad de revistas, claro está con publicaciones de orden general y otras específicas, que sirven de entretenimiento o por

qué no decirlo de conocimiento; de tal forma que se las puede leer con paciencia mientras espera ser atendido, logrando que el tiempo se haga mucho más ameno.

De esta característica se puede decir, que también se desprende, su permanencia, porque definitivamente no importa qué tiempo pase, en algún momento el lector va a leerla.

Audiencia Adicional:

Es interesante señalar que las revistas tienen dos clases de lectores: primarios y secundarios. Los primeros son los que compran las publicaciones, en cambio el lector secundario es quien disfruta de la compra del primario. Esto hace que la circulación real de una revista sea muy superior a los ejemplares impresos y la publicidad en éstas resulte relativamente competitiva con otros medios de comunicación.

Esta singularidad que tienen las revistas, agrupa algunas de las características anteriores, si hablamos de permanencia se crea una audiencia adicional, ya que se comparten las publicaciones, para que otras personas tengan la opción de leerlas mientras la revista guarde sus características; el tiempo de lectura que ya está relacionado con su larga vida y lógicamente crea esta propiedad, porque la persona que la adquiere, hasta encontrar un tiempo apropiado para leerla, la revista pasa por las manos de otros miembros del hogar, entonces los lectores de estas publicaciones se multiplican, lo que hace que muchos pueda deleitarse con su contenido.

Medio Publicitario

“Los anunciantes emplean las revistas en su mezcla creativa, porque les permiten llegar a una audiencia particular con una presentación de gran calidad, a la vez ofrecen opciones de diseño flexible, prestigio, autoridad, credibilidad y larga vida. La gente las lee a entera discreción: puede detenerse largo rato en los detalles de la fotografía; puede analizar altamente la información dada en el texto; lo que hace que el medio sea ideal para obtener la participación del público y para que se prueben los productos”⁷

⁷ Arens, Willian. (1999). *Publicidad 7ma edición*, México: Mc Graw-Hill.

Todos hemos sido testigos de que la publicidad en las revistas, son muchas veces un complemento de lo que se observa en la televisión, pero los publicistas y diseñadores gráficos tienen el gran trabajo de crear una publicidad especial para ellas, en donde los colores, la calidad de la imagen, la creatividad del diseño, llamen mucho la atención y despierten el deseo de compra; todo esto se puede encontrar en estas publicaciones.

Importancia del diseño

No se puede comparar el diseño de publicidad que pueda presentar el periódico, o cualquier otro medio impreso con las revistas, definitivamente distan mucho en lo que respecta a la calidad, color, etc., por ello se resalta esta característica imprescindible, que sólo ellas poseen, y por lo que muchos anunciantes las prefieren.

Estas publicaciones cuidan mucho los detalles en el diseño, tanto de sus páginas como de la publicidad, porque conjuntamente con su contenido es lo que genera su identidad y prestigio.

En fin, con todas estas características podemos notar que las revistas tienen en sus manos un poder incalculable para dar a conocer la información que crean pertinente, de acuerdo al segmento de lectores al que se quiera llegar y más aún le da a la publicidad, que se impregna en sus páginas, un aire de exclusividad y la importancia que se merece, debido a que ésta es en parte, la que mantiene la circulación de dichas publicaciones.

Las revistas pretenden entregar a sus lectores información y entretenimiento, esa es su misión, mantenerles al día con temas de actualidad perfectamente investigados y desarrollados, desde los diferentes contextos de las revistas, con un lenguaje claro, conciso y de una forma ágil, pero a la vez que satisfaga sus intereses. Es por ello que las publicaciones periódicas mantienen su jerarquía en el ámbito de la comunicación.

Esa constante necesidad de complacer a su público, ha hecho que las revistas en la actualidad se hayan convertido en el elemento más especializado de los medios masivos, lo cual se demuestra por el hecho de que su audiencia se ha vuelto cada vez más segmentada, es por eso que hoy existen una variedad de tipos de revistas, las cuales se van a dar a conocer en el siguiente segmento.

3.2 TIPOS DE REVISTAS

Hoy por hoy, existen revistas de todas las temáticas, desde las de entretenimiento que son muy comerciales puesto que tienen una audiencia muy general, hasta las especializadas que abordan temas a profundidad, por lo que su audiencia se reduce a personas relacionadas o interesadas en un mismo tópico.

Las revistas no tienen una clasificación rígida, muchos autores las subdividen de acuerdo a sus intereses o a los de los lectores, de tal manera que si nos podemos a enlistar cada una no terminaríamos nunca y encontraríamos en ellas muchas similitudes, quizá sólo cambiadas de nombre; de todas maneras, en esta investigación se presenta algunas de las cuales se detallan a continuación:

1.- Groth (citado en Centro de Investigaciones Sociológicas, 1965, p. 133), clasifica a las revistas en tres grupos:

Revistas Universales Insuficientemente Actuales: Dentro de éstas se encuentran las ilustradas, de contenidos instructivos o amenos, que escapan a la limitación de la universalidad, para lograr así una mayor difusión por la gran variedad de contenidos; tiende a los grandes reportajes gráficos, extemporáneos o explicativos en su mayor parte.

Revistas Especializadas de Gran actualidad: Aquí se encuentran las revistas deportivas y las que cultivan intereses especiales de gran aceptación, son verdaderas publicaciones especializadas que comprenden también boletines de organismos oficiales, cuyo contenido es en cualquier caso actual.

Revistas Especializadas Insuficientemente Actuales: En esta división se encuentran las revistas especializadas en un sentido más amplio; son revistas limitadas en actualidad y universalidad. Cultivan generalmente el interés humano, se acercan con su materia variada al grupo de las universales insuficientemente actuales.

2.- Cabello (citado en Juan F. Plaza, 2005, p. 92), propone la siguiente clasificación:

Conforme a su contenido:

Revistas de Trabajo, cuyos contenidos especializados se dirigen a una audiencia interesada en aspectos referidos a su profesión, incluyendo a las revistas profesionales, sindicales, parroquiales, de partido o empresa.

Revistas de Consumo, poseen contenidos de interés general; aunque pueden versar sobre una temática especializada, costeadas con las inserciones publicitarias y/o el precio de venta.

Revistas Personales, son aquellas que se subdividen acorde con su público en: Titulares (públicas y privadas); destinatario (Genérico o específico); anunciantes (general o especializado).

De acuerdo con su difusión:

Contraposición Económica: Difusión pagada, mixta y gratuita.

Ámbito Geográfico: Local, comarcal, regional, nacional, internacional.

Por su periodicidad: Ordinarias (semanal, quincenal, mensual) y extraordinarias: (bisemanal, bimestral, trimestral, Cuatrimestral, semestral y anual).

Conforme a su aspecto técnico: Formato (grandes, medianas y pequeñas) e impresión (offset y huecograbado).

3.- Esta clasificación resalta, la importancia que se da en ellas a 2 elementos: a la información y al entretenimiento.

“Revistas Informativas: Dentro de éstas están:

De análisis político, que tienen como objetivo dar una interpretación del acontecer nacional e internacional por destacados especialistas; contienen también secciones culturales.

Especializadas, editadas para grupos específicos, con temas de interés común como: de medicina, derecho, comercio, deporte, etc.

Revistas de Entretenimiento: Como su nombre lo indica son de orden general y que permite a las personas enterarse, entretenerse y divertirse con la información que contienen”⁸

4.- También se dividen atendiendo a:

“Los temas tratados: Generales y especializadas (de espectáculos, infantiles, de entretenimiento, profesionales, etc.)

A quienes están dirigidas: Masculinas y femeninas.

A la firma: Nacionales e internacionales”.⁹

Como se puede observar, existen un sin número de clasificaciones, pero la mayoría de revistas se encuentran dentro de las categorías anteriores.

Sea como sea, el florecimiento de este medio en la actualidad, ha desbordado los límites de lo esperado, cada día aparecen nuevas publicaciones con una finalidad en específico y a las cuales se las categoriza de acuerdo a sus características.

Desde mi punto de vista y conforme al estudio realizado de este medio de comunicación, clasificaría a este tipo de publicaciones de una forma más universal, dividiéndolas en revistas de orden general y específico, dentro de las cuales se ubicarían las diferentes publicaciones periódicas. Es así, que a las primeras pertenecerían todos los magazines, los que ofrecen a sus lectores temas variados, de información y entretenimiento; mientras que las de carácter específico entregan a su público contenidos más ceñidos a las necesidades de los usuarios y consumidores de la información, lo que no quiere decir

⁸ Inc (COR), Reading Laboratory. (2005). *Lectura Súper Rápida*. México: Compañía General de Ediciones, S.A.

⁹ Pineda Ramírez, María Ignacia. (2004). *Lenguaje y Expresión 2*. México: Pearson Educación, S.A.

que en sus secciones, se prohíba insertar artículos de interés general, cosa, que ya se está observando en algunas revistas; de todas maneras se las incluirá dentro de esa categoría, debido a que en su mayor parte, se realzan temas definidos de acuerdo a su área, como en el caso de las publicaciones médicas, tecnológicas, institucionales, de humor, etc.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, las revistas institucionales son parte de las de origen especializado, esto, debido a que las instituciones tienen públicos específicos bien definidos, razón por la cual se amplía su información en el acápite siguiente, debido también a que el presente trabajo de grado, se basa en la realización de una revista especializada con carácter institucional.

3.2.1 LAS REVISTAS ESPECIALIZADAS

El concepto de revista especializada, nació en el Congreso Internacional de la Prensa Especializada, realizado en 1925, en donde se la definió como: "*publicación periódica que se refiere a la teoría y práctica de una ciencia, un arte o un oficio artesano*"¹⁰;

En la década de 1950, la televisión empezó a ofrecer algunas de las mismas características de interés general como las revistas, debido a ello, este tipo de publicaciones colapsaron, lo que permitió que gradualmente los lectores empezaran a comprar revistas en busca de información especializada que no podían conseguir de otras fuentes, lo que trajo como consecuencia la segmentación del mercado, reduciendo el número de lectores.

Pocas revistas de interés general sobreviven en la actualidad. La tendencia es que las revistas encuentren un público específico interesado en la información que sólo estas publicaciones pueden proporcionar, y lo hacen mejor que cualquier otro medio.

Los artículos que contienen, se enfocan en un tema particular, siendo de gran ayuda, para quienes integran el grupo al que se quiere llegar.

¹⁰ Centro de Investigaciones Sociológicas. (1965). Las Revistas y su especialización. *Revista Española de la Opinión Pública REOP*, 2. 131.

Son producidas por los miembros de centros de investigación académicos, empresariales, gremiales, institucionales, etc., en donde se exponen los contenidos de forma comprensible principalmente para la comunidad a quienes van dirigidos.

Estas publicaciones constituyen quizá, la fuente documental más útil para el especialista en temas muy concretos, de acuerdo a su área. Se suelen insertar aquí, trabajos actuales y representativos, tanto desde el punto de vista teórico como metodológico.

Los contenidos que pueden aparecer en estas fuentes son muy amplios, en ocasiones una revista admite sólo algunos de estos, en otros dispone de secciones especiales para publicar artículos diversos.

Actualmente las posibilidades de especialización son extraordinariamente numerosas y se extienden hasta la más particular e individual.

Las revistas de esta clase recolectan información, de acuerdo a su especialidad, de varios entendidos en los temas que se planteen; muchos de los artículos también son enviados por desconocidos por medio del internet o por el correo normal, los cuales se someten a las revisiones respectivas, para validar su contenido y luego son publicados. Todo este proceso permite a la revista mantener su reputación dentro del grupo para el que se edita.

En definitiva estas revistas han alcanzado gran prestigio, gracias a la calidad y ayuda que prestan a sus lectores.

3.2.2 LAS REVISTAS INSTITUCIONALES

Cada revista institucional, tienen una característica que la distingue de las demás, la misma que se basa en su propia línea editorial, definida por la misma institución, obedeciendo a la misión y valores de la organización.

La revista institucional constituye para cualquier empresa, una vía fundamental de comunicación con el exterior, ya que se trata de una herramienta idónea tanto para mantener a sus clientes al tanto de todas las novedades que se producen en el seno de la misma, como para abrir nuevos mercados e interesar a clientes potenciales. Por este motivo, esta clase de publicaciones debe constituir un fiel reflejo de la organización a la que representa.

La sencillez, la funcionalidad y, sobre todo, la máxima calidad, deben caracterizar a toda revista con este grado de especialidad. Sólo mediante una estructura clara, un lenguaje conciso pero ameno, y un diseño atractivo, una publicación puede transmitir la imagen de calidad y servicio que cualquier empresa desea y debe comunicar al exterior. De no ser así, puede producirse el efecto contrario.

Las revistas de esta clase tienen un alto potencial ya que pueden llegar a donde los directivos y representantes de la empresa no pueden hacerlo, para transmitir de una manera sutil pero efectiva el mensaje elegido. De tal forma que se debe impregnar en sus páginas, elementos que definan la identidad de la empresa y sean coherentes, sus contenidos y la presencia física de la publicación.

En su interior, es imprescindible abarcar todos los temas relacionados con el buen desempeño de la institución, de quienes la conforman y se sirven de ella para satisfacer sus necesidades, así como también las novedades que se han dado dentro de un lapso de tiempo en el sector al que pertenecen. De esta manera, la organización contará con una herramienta de comunicación de calidad, atractiva para sus clientes y, muy eficaz.

Este tipo de revistas no sólo sirven para darse a conocer a un público externo, sino también interno, en donde se puede observar como marcha la institución en sus adentros, ver como se cohesionan el grupo humano para sacar adelante su trabajo, a su organización y a quienes dependen de ella y si es necesario, ayudar a subsanar posibles inconvenientes que se estén dando en el corazón de la empresa y que se han podido observar durante el desarrollo de la investigación, para plasmar el objetivo de la revista.

Es muy común en la actualidad que cualquier empresa sea pública o privada, utilice este medio de comunicación, para difundir a la sociedad sus actividades, proyectos, su historia, su gente, la ayuda que presta a la comunidad; en fin, todo lo relacionado con la organización, con la finalidad de dar una buena impresión a los demás, de lo que se está haciendo dentro y fuera de ella.

El propósito de estas publicaciones es claro, llegar a su público meta, para fortalecer su imagen institucional y para, en la medida de las condiciones de la revista y con la ayuda de otras herramientas de comunicación, aumentar sus clientes.

Para todo ello, es preciso conocer las fortalezas y debilidades de las revistas, no solo del ámbito especializado, sino de una manera que englobe a todas, de forma que sea mucho más evidente darse cuenta del gran beneficio que trae, la elaboración de una publicación periódica.

3.3 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS REVISTAS

Después de conocer un poco más del mundo de las revistas, es importante analizar lo bueno y lo malo de las mismas, es decir, que ventajas y desventajas poseen, con la finalidad de determinar la calidad que tiene como producto comunicacional.

Ventajas

La calidad de impresión, se denota como una de las ventajas más sobresalientes de este medio, debido a varios elementos como: el papel, las fotografías, tanto del contenido como de la publicidad, su equilibrio en la diagramación, etc., aspectos que la hacen ver sobria y elegante.

Su vida prolongada, es otra fortaleza que las revistas presentan, ya que se las puede conservar por tiempo ilimitado, usándolas cuando uno así lo requiera, siendo parte importante de los hogares, oficinas, bibliotecas, no sólo para fines de entretenimiento sino también de consulta.

El grado de segmentación, esta característica de las revistas, también es una ventaja, porque permite llegar de mejor manera hacia un grupo de lectores, quienes necesitan temas más especializados de acuerdo al área en que se desenvuelven, de esta forma las publicaciones pueden realmente cumplir con uno de sus objetivos fundamentales, como es el de satisfacer las necesidades informativas y comunicacionales de su público meta.

Publicidad menos saturada, este beneficio que otorgan las publicaciones periódicas, es muy importante, tanto para quienes contratan sus servicios, como para los que hojean las páginas de las revistas, ya que el medio trata de no sobresaturar a sus lectores con publicidad, lo hace de una forma muy sobria y perfectamente equilibrada, pero sin perder el atractivo que sólo las revistas pueden ofrecer, por eso se han convertido en uno de los medios más ocupados por los publicistas; cabe resaltar también, que es mucho más cómodo en el sentido de costos, la inserción de avisos publicitarios en éstas si lo comparamos con la televisión.

Es primordial acotar, que en las revistas institucionales, es mucho mayor este beneficio; ya que se destinan a un público predeterminado.

Incremento de lectores, los lectores de las revistas no sólo son los que las adquieren mediante la compra en sus lugares de expendio o por medio de suscripciones, sino aquellos que de alguna u otra forma tienen acceso a éstas, sin haber pagado por su adquisición, situación que por lo general se observa en las oficinas, en los consultorios médicos y porque no decirlo en el hogar, en donde para pasar más ameno el tiempo de espera, la gente se pone a ojear las revistas y a leer los temas que le interesen, de esta manera, ha traspasado la barrera de la compra y ha expandido a su público lector.

Análisis de los temas, esta ventaja que a la vez es una de las características ya anteriormente expuestas, es una singularidad de este medio, y que tiene mucha relevancia, debido a que en las revistas las noticias y acontecimientos son analizados desde diferentes puntos de vista, teniendo un papel complementario dentro de los medios de comunicación; razón por la cual, los lectores las prefieren.

Desventajas

Audiencia limitada, quizá con esta desventaja se pueda generar una contradicción, por una parte está bien especializarse, pero por otra, se restringe con ésta al público, dado que no todas las revistas son diseñadas para la mayoría de la gente.

Además muchas personas prefieren mantenerse informadas por los medios audiovisuales como la radio y la televisión, lo que genera una disminución del público lector.

Pero también es preocupante la falta de actitud lectora, especialmente en los niños y jóvenes, lo que repercute en el crecimiento del público objetivo de las revistas.

Menor segmentación geográfica: Aunque la difusión de las revistas se ha facilitado mucho desde el punto de vista geográfico, no es comparable con la prensa. Existe un número significativo de diarios locales pero no de revistas locales, de ahí que la mayoría de ellas tengan vocación nacional.

Costos: El costo de las revistas es mucho más alto, en comparación con los periódicos, como resultado de la calidad de producción. Es así, que para que sea factible su adquisición se las han tenido que idear para solventar sus gastos con la publicidad y la suscripción de lectores, lo cual en ciertas publicaciones ayuda, ya que son dos rubros

que les dan los mayores ingresos como para mantenerse vivas y seguir editando y también para poder bajar sus precios de expendio; pero en otras, en donde no existe un grado de publicidad elevado, ni muchos lectores, realmente se les hace difícil sobrevivir y lamentablemente han tenido que cerrar sus puertas. De todas maneras es importante realizar un previo estudio de campo como para afianzar su circulación.

Como conclusión, se puede decir que al conocer lo bueno y lo malo de las revistas se logra dar cuenta que las mismas tienen muchas más ventajas que desventajas, enfatizando, que no se refiere a la cantidad de beneficios, sino a la importancia que éstos tienen frente a sus puntos negativos, de lo cual, los editores y publicistas se valen, para sacar a la luz sus publicaciones periódicas y con ellas los avisos publicitarios, consiguiendo de esta forma, afianzar el poder de comunicación que tiene este medio.

3.4 LA REVISTA Y SUS LECTORES

Pocos medios pueden alcanzar una relación de tanta delicadeza y fidelidad como la que establecen las revistas con sus lectores. La revista se lee, se comenta, se guarda, se presta, se colecciona, se reserva, muchas veces para una lectura tranquila, en soledad quizás y por lo tanto con todos los sentidos dispuestos hacia ella. Esta relación es especialmente valiosa en momentos en que prevalece el consumo paralelo de varios medios a la vez y una infidelidad siempre presente generada por la existencia del control remoto.

Según investigaciones realizadas por Adimark Comunicaciones (empresa líder en Investigación de Mercado y Opinión Pública)¹¹, este nexo entre los lectores y las revistas está sustentado sobre dos ejes: la semejanza de intereses y la capacidad de emanar emociones.

Dentro de las sociedades actuales, se entretajan los intereses más específicos y variados de las personas, y, los editores de revistas, se aprovechan de esta particularidad, buscando mantener una estrecha afinidad revista-lector, con el objetivo de que este último tenga mayor agrado y valoración al medio de comunicación. Pero para que se dé dicha relación, es necesario que las revistas encuentren esos temas en particular, que a la mayoría de personas les llame la atención.

¹¹ Grupo Copesa. (2004). Marketing y Publicidad de las Revistas. Revista Qué Pasa.

Estudios de Adimark Comunicaciones, revelan que quienes leen las revistas, lo hacen por diversos motivos: como medio de información, de entretenimiento, porque pueden comentar y analizar con otras personas sobre los artículos que contienen, o porque en su interior encuentran temas que les interesa; motivos, que complementan ese vínculo y evitan romper su lazo de unión; cumpliendo de esta manera con el primer eje de relación mencionado anteriormente, la semejanza de intereses.

Un ejemplo de lo expuesto, se verifica en algunas revistas, las cuales antes eran exclusivas para un grupo determinado de personas y hoy han logrado un alcance mucho más transversal. Esto se debe en parte, a los nuevos roles que ocupan hombres y mujeres en su vida profesional y familiar; por ello, las revistas femeninas que han tenido éxito desde años atrás, en la actualidad han pasado a ser familiares o de pareja, porque los temas tratados, han dejado de ser netamente preocupaciones de la mujer y son abordados también desde la perspectiva de los hombres, y no sólo éstas, publicaciones de actualidad política y económica, han tenido que diversificar su oferta de contenidos, para acoger a la nueva lectora profesional o a la mujer que ha salido al mundo del trabajo fuera del hogar.

De la misma manera en que varias revistas se han abierto hacia fuera de su grupo objetivo, otras en cambio se han especializado aún más, tratando de llegar, de una forma más eficaz, a quienes se benefician de estas publicaciones.

Sea como fuere, las revistas están logrando mantener a su público cautivo, a través de la satisfacción de sus necesidades, pero también lo hacen, porque son un medio capaz de permitir exteriorizar una variedad de emociones, que muchas veces, sólo se ha pensado que lo pueden lograr los medios audio-visuales de comunicación como la radio, la televisión y ahora el internet.

Pero, ¿cómo genera este medio emociones? Las revistas tienen en sus manos un poder incalculable para emanar sensaciones de diversa índole, pues en sus adentros, los temas incrustados hacen que el lector reaccione de varias maneras frente a cada artículo o según las imágenes que se le presenten; sentimientos de alegría, tristeza, inconformidad, inclusive ira, son unas de las tantas emociones que se pueden sentir al leer una revista, aunque no sólo eso, sino también por medio de las fotografías, el color, el diseño, etc., el lector abre sus sentidos y es partícipe de todo lo que la publicidad por este medio le puede dar; ¿quién no se ha sentido atraído por un exquisito plato de

comida, por un hermoso traje o vestido, así como también, por los colores de un lápiz labial?.

Todas estas imágenes impresas en una revista, nos apresan y llaman la atención, a la vez que nos permiten recordarlas por el impacto que nos causó. Ésta es una verdadera arma para la publicidad, la factibilidad de tener presente en la mente dichas reproducciones fotográficas, hacen crecer el deseo por adquirir el producto.

La publicidad de los medios audiovisuales muchas de las veces produce cansancio a quienes la observamos u oímos; las revistas en cambio, ofrecen un espacio de tranquilidad y disposición del consumidor, con esto se demuestra, que no es la reiteración de estímulos la que garantiza la eficacia de los mensajes, sino la disposición del lector hacia ellos, de esta forma las revistas se ganan la atención y el respeto del público.

Es importante señalar que quienes están presentes en la creación y desarrollo de las revistas, son personas como usted o como yo, que quizá tienen las mismas necesidades y pertenecen a una misma sociedad, sólo que su cualidad es saber exponer mediante la escritura, la fotografía y el diseño, los acontecimientos que nos interesan o nos hacen salir por un momento de las preocupaciones que tenemos, es por ello, que las revistas hechas por seres humanos llegan a sus símiles satisfaciendo intereses o creando emociones, pero, uniéndonos más.

Finalmente, se ha podido notar a lo largo de la historia de este medio de comunicación, que la interacción existente entre las revistas y sus lectores, le han dado la oportunidad de ubicarse entre los de mayor predilección dentro del público y también genera a las revistas una enorme responsabilidad, la de seguir satisfaciendo las necesidades de quienes las leen, no solo dentro de lo informativo, sino en todos los sentidos, obligándolas a superarse y a buscar nuevos métodos, para llegar de forma más efectiva a la gente.

3.5 LAS REVISTAS Y EL INTERNET

El desarrollo de la tecnología, ha permitido que los medios de comunicación en general, avancen de tal forma que la comunicación y transmisión de la información se haya facilitado, primero con la invención de la escritura, luego de la imprenta, de la computadora y finalmente del internet.

Los medios para no quedarse fuera de este mundo globalizado, han visto en el internet una forma de expandirse y darse a conocer a más y más público de una forma rápida y atractiva. Las revistas no han sido la excepción gracias a la red de redes.

Los editores ven al Internet con entusiasmo y temor a la vez. Por un lado los sitios de la red, pueden ensanchar el alcance de una revista tradicional, atrayendo nuevos suscriptores hacia la versión impresa. A esto se suma que en la red se pueden vender espacios a los publicistas, lo que redundará en una entrada adicional de ingresos.

Pero, su preocupación no sólo se centra en que los lectores de la versión impresa, podrían dejar de pagar su suscripción por leer la revista en línea y que es muy posible que los publicistas que compran espacio en la red, adquieran menos en la publicación tradicional; sino también, porque el internet ha generado muchas publicaciones exclusivas en línea que compiten con las revistas de papel.

A pesar de todo esto, gran parte de los editores han establecido su presencia por este medio.

Las ediciones en línea son comúnmente basadas en las publicadas en papel, que con la ayuda de la tecnología presentan diseños más atractivos, así como múltiples funciones que ayudan a tener una mayor interacción con los lectores.

De a poco se ve el nacimiento de revistas únicamente digitales o, como el caso de la revista LIFE, el reaparecimiento gracias a la tecnología

El escribir revistas a través de la red, trae consigo algunas **ventajas** como: la reducción de costos de papel, de impresión, encuadernación, transporte y correo, con lo que se gana rapidez y seguridad en su distribución, sin perder la calidad en el texto ni en las fotografías, teniendo la posibilidad hoy en día de incorporar sonido y animación 3D por medio del formato lenguaje html.

Otra de las ventajas es la independencia que ganan las publicaciones por no tener relación con la publicidad comercial, tan influyente es su línea editorial. Sin embargo, esta misma ventaja es una limitante a la hora de generar ingresos para la revista.

La desaparición del problema de almacenamiento en casa, se convierte en otra ventaja de esta clase de publicaciones, pudiéndose imprimir únicamente lo que los lectores deseen.

Los investigadores, usuarios o lectores, ganarán también con la edición exclusivamente electrónica de revistas científicas, pues los precios de suscripción deberán abarataarse, al reducirse los costes de publicación, y suscribirse a ellas será también mucho más fácil, bastando con enviar los datos de la cuenta bancaria o tarjeta de crédito, por fax o por la misma Red; con el modo de encriptamiento de datos confidenciales; incluso será posible suscribirse no sólo a la revista completa, sino también a una serie de artículos, según un perfil previamente acordado con el servicio de la misma revista.

Sin embargo, una de las mayores ventajas que las revistas electrónicas ofrecen a los lectores, es su función de consulta de hipertexto, que incorpora la web y que permite enlazar palabras y descriptores, navegar por temas e ideas del mismo artículo, saltar a las referencias de otros artículos y establecer una red de citas a través de la telaraña mundial.

Las revistas online tienen la capacidad de establecer una interacción con el destinatario, el que a su vez le da la posibilidad de crear, agregar, enlazar, comentar y compartir información, de tal forma que el lector desempeña un papel más activo dentro de este medio.

Pero así como existen ventajas, también se pueden citar algunas **desventajas** como: su baja ergonomía en cuanto a la legibilidad en la pantalla y la transportabilidad, aunque estos problemas, la misma tecnología se ha encargado de resolver, con las nuevas pantallas led de los computadores y por medio de los celulares y otros equipos pequeños que tiene acceso a internet y que se transportan con cada uno de nosotros día a día, pero que lamentablemente no todas las personas los pueden adquirir.

Una deficiencia importantísima sobre todo en nuestro país y en otros en vías de desarrollo de esta forma de editar las revistas, es que muchas personas no tienen todavía acceso a internet, por esta razón los medios de comunicación por la red no son viables para la mayoría de los ciudadanos.

Aunque gran parte de los editores están convencidos del magnífico potencial de la red, como fuente de información, muchos no han obtenido dinero de su uso, más bien han abandonado sus sitios en la red porque les significaba una fuga de recursos.

Es importante acotar, que si las revistas de la red quieren ser redituables, tendrán la gran misión de atraer las inversiones de la publicidad como en el caso de la revista People, que en 1996 generó más de 312 millones de dólares, por la venta de espacios, o ingeniárselas, para de alguna forma obtener ganancia sin depender de la publicidad, como la revista Penthouse, quienes cobran a sus visitantes una cuota para transferir fotografías y de esta manera seguir en línea.

Es preciso agregar a todo esto, que gracias al internet, se ha dado el apareamiento de las redes sociales, las mismas que han alcanzado un gran poder y han permitido tanto al área de la comunicación, como a las empresas y organizaciones en general, expandir sus oportunidades, no sólo de darse a conocer, sino también de negocio, dando lugar a comportamientos emprendedores y estratégicos, que se derivan en la consecución del éxito profesional.

Hoy por hoy existen un número elevado de redes sociales, cada una de las cuales se dedica a aspectos específicos, de entre los cuales sobresalen facebook y twitter, los que permiten mantener relaciones especialmente de amistad entre quienes los utilizan, pero también son usados como trasmisores de información.

Al hablar de las revistas, específicamente de las institucionales, éstas han encontrado un gran aliado en la tecnología para su difusión, debido a la ayuda de las redes sociales como el SCRIBD, que facilita compartir documentos, de una forma segura, debido a que tiene el poder de auto-censura en el contenido, permitiendo descargarlo únicamente cuando el usuario sea registrado.

Con todo lo anteriormente expuesto, parece que el internet va a seguir siendo parte del desarrollo tecnológico de los medios de comunicación, y en especial de las revistas, debido al gran potencial que este tiene para interactuar con las personas de una forma directa, situación que permite estar en continua comunicación con los lectores, conociendo mucho, a cerca de sus intereses y necesidades, de tal manera que se logrará una relación más estrecha revista-lector.

Esto no quiere decir que se tenga que dejar a un lado la versión de revistas impresas, pues conjuntamente podrían acceder a mayor número de lectores, lo cual realmente es la meta a la que toda publicación periódica quiere llegar.

3.6 EL FUTURO DE LAS REVISTAS

En el presente trabajo investigativo, se ha venido hablando de la evolución de los medios, en especial de las revistas, pues de ahí se puede partir, para avizorar el futuro de las mismas.

La tecnología ha ido cambiando constantemente y con ella, todo a nuestro alrededor, y lo ha hecho de una forma tan abrumadora que muchas veces se nos hace difícil creer en que nuestro computador recién adquirido, con excelentes prestaciones, pierda su capacidad en pocos días por la aparición de nuevos dispositivos con mejor capacidad.

Junto con el desarrollo de estos equipos tecnológicos, una de las tendencias que parece incrementarse día con día en las revistas y que lo seguirá haciendo, es la especialización de su contenido. La innovación en el campo de los negocios, los pasatiempos, estilos de vida y tiempo libre, estimulan la publicación de nuevas revistas; las investigaciones de mercado demuestran que son necesarias, mientras que las editoriales, buscan nuevas formas de atraer al público y captar anunciantes.

Otra de las expectativas futuras para las revistas, es su expansión online, si ya en la actualidad hemos sido partícipes de su existencia, pues dentro de algunos años se avizora que se multiplicarán, pero a la vez desaparecerán muchas otras. Actualmente, su objetivo primordial es obtener suscripciones para su versión tradicional, pero lograr ganancias de una publicación en línea es una meta difícil de alcanzar, ya que la mayoría de sus lectores se niega a pagar por entrar a un sitio de red, y los ingresos por concepto de publicidad tienen que lograr un nivel que pueda sostener a las revistas electrónicas.

Definitivamente las revistas en línea, se verán obligadas a tomar una decisión frente a si cobrar o no a sus lectores, para poder sobrevivir en la red, de todas maneras como se explicó en el apartado anterior, los editores se las tendrán que arreglar y buscar estrategias adecuadas, para generar ganancias y evitar desaparecer.

Es importante también advertir que con el tiempo la red de redes tendrá algo nuevo que ofrecer, para facilitar e incrementar el grado de interactividad de los lectores, además, casi seguro, brindará nuevas formas de hacer más atractiva a la publicidad.

Se dice que con el tiempo, las revistas impresas desaparecerán, personalmente, pienso que todavía les quedan muchos años de vida, pues aunque hayan aparecido las versiones en línea, todavía estas no tienen las ventajas de las tradicionales, de todas maneras uno no se puede cerrar al progreso y quizá con tanta tala de árboles para obtener el papel y de buena calidad como lo necesitan las revistas, habría que pensar en su desvanecimiento, pero hasta que llegue ese momento, disfrutemos de los que nos pueden brindar.

En conclusión, se puede decir que las revistas todavía van a seguir generando expectativa dentro del público, ofreciendo contenidos más dinámicos y con otras perspectivas, utilizando nuevos aparatos tecnológicos y técnicas de impresión que de seguro van a seguir apareciendo, sin menospreciar el ingenio de los editorialistas, que siempre están pensando en que entregar a sus lectores para mantenerlos atrapados.

CAPÍTULO 4

REVISTA INSTITUCIONAL PARA EL COLEGIO SIN FRONTERAS DEL ECUADOR.

4.1. COLEGIO SIN FRONTERAS DEL ECUADOR. QUIENES SON Y SUS NECESIDADES DE COMUNICACIÓN.

Después de haber conocido sobre las revistas, es importante y preciso hablar a cerca del colegio Sin Fronteras del Ecuador, institución sobre la cual se basa el proyecto de revista, producto de esta tesis de grado.

Para empezar, es imprescindible dar a conocer a las personas, sobre las características particulares que presentan los jóvenes que se educan en esta institución, quienes motivaron su creación.

Estos adolescentes, tienen la necesidad de una educación especial y personalizada, dadas sus dificultades, las cuales son: retardo mental leve, trastorno de déficit de atención (TDA) con o sin hiperactividad, problemas de aprendizaje, lo que por lo general conlleva a tener problemas comportamentales y emocionales, además de una baja autoestima.

Es primordial, por motivos de entender la misión de esta institución, conocer más de cerca cada uno de los problemas intelectuales que presentan estos chicos, empezando por definir qué es el **Retardo Mental**: La American Association on Mental Deficiency (citada en Gómez, Hernández, Rojas, Santacruz, Uribe, 2008, p. 415), define al retardo mental como: ¹²

*El retardo mental es un trastorno definido, por la presencia de un desarrollo mental incompleto o detenido, caracterizado principalmente, por el deterioro de las funciones concretas de cada época del desarrollo y que contribuyen al ámbito global de inteligencia, como las funciones cognoscitivas, las del lenguaje, las motrices y la socialización.*¹³

Esta discapacidad se clasifica, de acuerdo al nivel intelectual en: retardo mental leve (C.I. entre 55 - 70), moderado (C.I. entre 40 -55), severo (C.I. entre 25 - 40) y profundo (C.I. menor de 25).

De entre esta división se hablará únicamente del primero, ya que es un problema que afecta a parte de este grupo de jóvenes.

El **Retardo mental leve**, se diagnostica generalmente, cuando el niño ingresa al medio escolar, en donde, las habilidades sociales y de comunicación pueden ser adecuadas para niños preescolares, pero en la medida en la que se avanza en el colegio, las deficiencias cognitivas (dificultades en el pensamiento abstracto y egocéntrico) pueden diferenciarlos de los otros niños.

Entre las características que suelen presentar estos chicos están:

¹² “Un funcionamiento intelectual significativamente inferior al promedio, que se origina durante el período del desarrollo y que se acompaña de deterioro en una o más de las siguientes áreas: maduración, aprendizaje o adaptación social”.

¹³ Gómez, Hernández, Rojas, Santacruz, Uribe. (2008). *Psiquiatría Clínica*. Bogotá – Colombia: Editorial Médica Internacional.

- Retraso en el lenguaje, con trastornos en la articulación, no tienen una organización correcta en la utilización de las palabras.
- Muestran una disminución de la comprensión.
- Pobreza de razonamiento.
- Falta de autocrítica.
- Dificultades del pensamiento abstracto.
- Y su ritmo de desarrollo intelectual es más lento que el del niño normal.

En la etapa de escolaridad, los niños con retardo mental leve, pueden alcanzar un sexto grado en la enseñanza primaria, claro está con un ritmo más lento que lo normal, pero en la secundaria las dificultades se agrandan, por lo que necesitan de una enseñanza individual y especializada.

Estos adolescentes podrán alcanzar una adaptación social adecuada y conseguir capacidades vocacionales que les van a permitir desenvolverse como adultos, con cierta independencia, pero, si se les otorga un tratamiento terapéutico y una educación personalizada.

Presentan una mayor sensibilidad ante el fracaso y una baja tolerancia a las frustraciones, especialmente las afectivas. Tienen mayores dificultades en las relaciones con los otros niños y posteriormente en las situaciones sociales en general.

Otra de las dificultades que poseen algunos de estos jóvenes, es el **Trastorno de déficit de atención (TDA)**, que se presenta en las personas desde los primeros años de vida. Se caracteriza por una dificultad o incapacidad para mantener la atención voluntaria, frente a determinadas actividades, tanto en el ámbito académico, como cotidiano. Por ende las relaciones sociales se ven afectadas, debido al hecho de que es muy difícil para una persona de estas características seguir reglas o normas rígidas de comportamiento.

Habitualmente se asocia este déficit a una falta de autocontrol y sobretodo presenta dificultades en la toma de conciencia de los errores propios para la persona afectada.

Entre los síntomas que muestran estos adolescentes se pueden citar los siguientes:

- Posponen sus actividades frecuentemente.
- Necesitan presión intensa para comenzar sus actividades.
- Dificultades en cuanto al manejo del tiempo y dinero.
- No manejan prioridades.
- Se encuentran preocupados por sus pensamientos.
- Fácilmente se distraen.
- Pierden el foco frecuentemente.
- Tiene una lenta velocidad en procesar.
- Productividad muy inconsistente.
- Somnolencia diurna.
- Poco motivados, o su motivación se desvanece rápidamente.
- Se frustran fácilmente.
- Son muy sensibles a las críticas.
- Se olvidan con facilidad las palabras que necesitan para expresarse.
- Pierden papeles frecuentemente.

Dentro del Trastorno de déficit de atención se identifica el **TDA-H, que es el déficit de atención asociado con hiperactividad**, el cual:

*Es un trastorno de origen neurobiológico, que se caracteriza por tres síntomas clave: la dificultad para mantener la atención, la hiperactividad y la impulsividad, tanto cognitiva como conductual. Actualmente, es el trastorno con mayor incidencia en la población infantil y adolescente.*¹⁴

¹⁴ Gallegos López, Bernardo. (2005). *Infancia y Desarrollo Especial – Niños Hiperactivos (TDA-H). Causas. Identificación. Tratamiento.* Barcelona – España: Ediciones Ceac.

Pero, ¿qué son la hiperactividad y la impulsividad?

La **Hiperactividad**, “es el exceso de movimiento o actividad en situaciones que requieren calma; supone una movilización casi permanente y descontrolada, que no parece tener una meta concreta y que suele aparecer en los momentos más inoportunos.”¹⁵

Las personas con hiperactividad tienen las siguientes características:

- A menudo mueven en exceso las manos y pies, o se remueven en su asiento.
- Suelen abandonar su lugar en situaciones en que se espera permanezcan en el mismo.
- Corren o saltan demasiado, en momentos en que es inapropiado hacerlo.
- Tienen dificultades para jugar o dedicarse tranquilamente a las actividades de ocio.
- Hablan en exceso.
- Están en marcha o suelen actuar como si tuviesen un motor encendido.

La hiperactividad comporta problemas serios como: la falta de atención, excesiva actividad, dificultades en el aprendizaje y en el rendimiento intelectual, impulsividad, trastornos de conducta, bajo autoconcepto, ansiedad, problemas emocionales, agresividad, falta de autocontrol y relaciones sociales deficientes.

En cambio, **la impulsividad** se identifica, con un estilo excesivamente rápido de respuesta, en la que no se analiza suficientemente los datos disponibles, no se reúne la información necesaria para estudiarla, no se examina consecuencias, ni tampoco se evita hacer cosas inapropiadas o incluso peligrosas para sí mismo o para los demás.

La impulsividad es fácil de detectar, los niños dan las respuestas a las tareas o las preguntas precipitadamente, incluso antes de que se acaben de formular las

¹⁵ Gallegos López, Bernardo. (2005). *Infancia y Desarrollo Especial – Niños Hiperactivos (TDA-H). Causas. Identificación. Tratamiento*. Barcelona – España: Ediciones Ceac.

cuestiones, interrumpen, acaban demasiado rápido sus ejercicios o exámenes, no leen detenidamente los enunciados de las preguntas e instrucciones, son impacientes, tienen dificultad para aguardar su turno, se inmiscuyen en las actividades de otros, etc.

En definitiva son incapaces de controlar sus acciones, y en detenerse a pensar en las consecuencias antes de actuar.

El TDA-H es un trastorno crónico que no se cura, sin embargo, esto no significa que el problema se estanque y no mejore con tratamiento.

Realmente, las deficiencias intelectuales que sufren estos adolescentes, les dificulta tener una “educación normal”, si de alguna forma la podríamos denominar, por ello se hace imprescindible brindar una enseñanza especial y personalizada, no diferenciada totalmente con la instrucción común, pero con adaptaciones curriculares, que permiten aprovechar todas sus capacidades y que junto con el amor, la paciencia y la entrega de sus maestros y padres, harán de estos jóvenes, entes productivos y puedan incluirse en la sociedad.

4.1.1 ORGANISMOS DE APOYO

En el Ecuador, así como en el mundo, existen organizaciones gubernamentales que defienden y hacen respetar los derechos de estas personas, en nuestro país, esa institución es el Consejo Nacional de Discapacidades CONADIS, organismo autónomo de carácter público, creado en agosto de 1992, a través de la Ley sobre Discapacidades y que está presidido en la actualidad, por el Sr. Lcdo. Lenin Moreno Vicepresidente de la República.

Este organismo tiene como funciones: formular políticas nacionales relacionadas con las discapacidades; establecer el Plan Nacional de Discapacidades; defender jurídicamente los derechos de las personas con discapacidad; coordinar, efectuar el seguimiento y evaluar las acciones que realizan en discapacidades las entidades del sector público y privado; canalizar recursos nacionales e internacionales; realizar o impulsar investigaciones en el área de las discapacidades y vigilar el cumplimiento de la Ley y la aplicación de sanciones a quienes la incumplan.

El CONADIS a parte de todas las actividades que realiza, tiene una fundamental, el ayudar a la inclusión de la persona discapacitada en cualquiera de sus calificaciones física; mental y psicológica; visual; auditiva y del lenguaje; ayudados por las diferentes entidades del estado como los ministerios, y a la vez por organizaciones privadas en busca de mejorar la calidad de vida de este grupo de ecuatorianos.

Dentro de las discapacidades que reconoce el CONADIS, se encuentra la deficiencia intelectual, que está inmersa en las discapacidades mentales y psicológicas en las que divide este organismo; las estadísticas dadas por esta institución, mencionan que dentro del 1'600.000 personas con discapacidad que existen en el país, 432.000 personas sufren estos problemas y dentro de estas, se encuentran el grupo de estudiantes del Colegio Sin Fronteras del Ecuador que padece de retardo mental leve.

En la charla mantenida con la Psicóloga Clínica del CONADIS, Dra. Shary Cotacachi, (comunicación personal, 13 de abril del 2011), manifiesta que, para que esta institución otorgue el respectivo carné de discapacidad, es necesario hacer un estudio psicológico en los hospitales públicos del país, en donde mediante la utilización de test sicométricos y en base a preguntas sobre las actividades que realizan diariamente estos individuos, con respecto a su grado de independencia, se valora el nivel de minusvalía de las personas con discapacidad intelectual, es así que esta calificación se la hace a través de los puntos reunidos en las pruebas, logrando establecer el respectivo porcentaje de discapacidad, el cual indica lo siguiente: del 15 – 29% de deficiencia, se califica a la persona con Coeficiente Intelectual Limítrofe o Fronterizo, del 30 – 59% con Retardo Mental Leve, del 60 a 75 % Retardo Mental Moderado y desde el 76 % Retardo Mental Grave.

Cabe señalar que el CONADIS, reconoce una discapacidad desde el 30% de minusvalía, conforme a lo que rige en la Ley de Discapacidades, lo que quiere decir, que en este caso el coeficiente intelectual limítrofe, no estaría tomado en cuenta como discapacidad intelectual.

La Dra. Cotacachi, indica que el otro grupo de estudiantes de Sin Fronteras del Ecuador, que sufre de TDA (trastorno de déficit de atención) y TDA-H (trastorno de déficit de atención con hiperactividad), no están catalogados como jóvenes con discapacidad, es decir, que no están incluidos dentro del CONADIS, pero que sin

embargo necesitan una educación personalizada y especializada, por lo problemas que presentan.

En todo caso, este organismo es uno de los que rige la política pública y privada con respecto a la discapacidad en general, establece ayudas con las diferentes instituciones estatales como el caso del Bono de Desarrollo Humano, la factibilidad de vivienda, la inclusión laboral en las empresas públicas y privadas, la facilidad de conseguir préstamos en el Banco Nacional de Fomento, para empezar una microempresa o negocio, etc., situación que favorece a mejorar el estilo de vida de este sector poblacional del país.

En lo respecta a los jóvenes miembros del Colegio Sin Fronteras del Ecuador, pues quienes tienen el carné del CONADIS podrán beneficiarse de todas estas ayudas y algunas otras que tanto padres, familiares y maestros deben conocer, en la búsqueda por optimizar las oportunidades para estos chicos.

El gobierno actual, en especial la Vicepresidencia de la República, ha visto como prioridad incluir a las personas con discapacidad en el desarrollo del país, utilizando y potencializando sus habilidades diferentes, de tal manera que ellos también se sientan parte productiva de esta sociedad; es así que todo ministerio, entidad pública o privada está obligada a prestar su ayuda para fomentar la inclusión, como en el caso del Ministerio de Educación, ya que es el que rige las políticas en cuanto a lo educacional de Sin Fronteras del Ecuador.

4.1.2 CREACIÓN DEL COLEGIO SIN FRONTERAS DEL ECUADOR

La presencia de estas deficiencias intelectivas en los niños y jóvenes, crearon la necesidad de que exista un centro educativo que los acoja, les de la educación que ellos requieren y promueva sus capacidades, con el fin de que se conviertan en personas que puedan brindar su granito de arena a la comunidad y lograr un desarrollo que les permita valerse por sí mismos.

El Colegio Sin Fronteras del Ecuador, nace de la idea de un grupo de padres de familia, que empezaron la formación académica de sus hijos en el Centro Educativo Sin Fronteras (escuela), institución direccionada por la Dra. Jacqueline González (Psicorehabilitadora y Educadora de niños especiales), en donde se fomenta una

educación especial, personalizada, con pensum académico individual, de acuerdo a los requerimientos y ritmo de aprendizaje de cada estudiante; los padres de familia, al ver que en este establecimiento sus hijos estaban satisfaciendo las necesidades que tenían y al acercarse su último año en la escuela, se plantearon la gran interrogante de hacia dónde podrían ir, centrados en la realidad que tenían en frente. Fue así que decidieron formar la Fundación Integración Sin Fronteras, que fue creada el 15 de octubre del 2004 y reconocida por el Ministerio de Bienestar Social, hoy MIES, con acuerdo 399 en el 2006.

La Fundación se planteó como objetivo fundamental crear un colegio, en donde los chicos tengan las posibilidades de seguir preparándose académicamente, pero con las mismas políticas institucionales que la escuela, encaminadas a la ayuda de jóvenes con necesidades educativas especiales; de esta forma nace el Colegio Particular Sin Fronteras del Ecuador, rectorado por la Licenciada en Psicología Educativa Magola Morales, y que está regentado por la mencionada organización, cuyos miembros siguen siendo padres de familia.

Este establecimiento, de educación regular e inclusiva, aparte de garantizar con sus singulares características, el aprendizaje de los chicos, cuenta con un ambiente familiar, personal altamente capacitado en el manejo de dificultades de aprendizaje y un equipo interdisciplinario, para el apoyo de las diferentes áreas de desarrollo.

La base fundamental y las fortalezas del colegio, son sin lugar a dudas, el amor, la paciencia, la tolerancia, pero a la vez la disciplina que se impone, lo que hace que los estudiantes se sientan en un lugar en donde son plenamente aceptados, comprendidos, amados; sin dejar a un lado las reglas a seguir dentro y fuera del plantel; complementado con la enseñanza de las distintas asignaturas, en donde cada maestro las imparte con eficiencia y dedicación, teniendo en cuenta las características de cada alumno y las propias de la institución.

Es por ello que es imprescindible dar a conocer a la sociedad, la existencia de esta noble institución, la misma que tiene una misión loable y solidaria, ya que quiere brindar su ayuda no sólo al grupo de jóvenes que hoy la conforman, sino a otros chicos, padres, familiares, amigos, psicólogos, neurólogos que no han tenido la oportunidad de encontrar un centro educativo a la par con las necesidades de sus

hijos o pacientes, que han recorrido colegio, tras colegio en la búsqueda de ayuda y que sólo han recibido rechazo, discriminación e indiferencia.

La necesidad de comunicación de *Sin Fronteras del Ecuador* es esa, darse a conocer como una institución particular de educación regular e inclusiva, y que la gente sepa de sus actividades, de cómo estos chicos van superando poco a poco sus problemas, de cuál es su forma de trabajo y de ayuda; del personal altamente capacitado que sabe manejar los diferentes problemas que presentan los estudiantes; del nivel de compromiso que tienen quienes conforman el personal docente, administrativo y la fundación que lo regenta para con estos jóvenes; del testimonio de padres, hermanos, familiares, médicos, etc., con respecto a su progreso; así como también hacer que empresas públicas o privadas colaboren con la institución, ya que su única fuente de ingresos es la pensión que los padres pagan por la educación que se les brinda a sus hijos. Por todo ello la institución ve en la revista la forma más eficaz, para satisfacer esa necesidad de comunicar.

4.3 PROPUESTA PARA LA ELABORACIÓN DE LA REVISTA INSTITUCIONAL PARA EL COLEGIO SIN FRONTERAS DEL ECUADOR.

Con el fin de dar a conocer las fortalezas del Colegio Sin Fronteras del Ecuador, se presenta la siguiente propuesta, para la elaboración de la Revista Institucional, con la que se pretende satisfacer sus actuales necesidades de comunicación.

ANTECEDENTE

El no conocimiento de la existencia de centros educativos que ayuden a los jóvenes con problemas como: retardo mental leve, trastorno de déficit de atención con o sin hiperactividad, dificultades emocionales, baja autoestima y necesidades de ayuda personalizada; así como también el poco entendimiento que tienen las personas de las habilidades que pueden desarrollar estos chicos mediante una educación personal con adaptación curricular, basada en el amor, la paciencia y el buen trato como elementos fundamentales para fomentar la seguridad personal y el autoestima.

OBJETIVOS

A través de esta herramienta se busca crear lazos de unión entre la sociedad en general y los adolescentes con habilidades especiales o diferentes, tomando como pauta las

destrezas y capacidades que los hacen componentes necesarios en el desarrollo social, económico, político y de pensamiento en la sociedad.

Objetivo General:

Crear una revista institucional con el fin de mantener y dar a conocer las actividades dentro y fuera de la institución, tomando a esta herramienta como medio de comunicación para la trilogía institucional (padres, estudiantes y docentes) hacia la sociedad.

Objetivos Específicos:

- Dar a conocer las actividades realizadas por la institución a los padres, familiares y a la sociedad.
- Fomentar la inclusión de estos chicos en sus comunidades.
- Exteriorizar vivencias y testimonios de los padres con sus hijos en busca de ayuda para sacar adelante y proyectarlos hacia un futuro mejor.
- Compartir teorías, métodos, técnicas y procesos aplicados a los diferentes problemas intelectuales que son específicos en ellos y que han ayudado a su desarrollo.
- Promocionar los diferentes logros obtenidos por los estudiantes en su carrera de formación académica.
- Incentivar a los padres de familia a recoger nuevas ideas y proyectos, para beneficio de sus hijos y que se impartan en la institución.
- A través de la revista lograr que otros padres reconozcan las señales o características que presentan los jóvenes con algún problema intelectual y conductual.
- Conseguir patrocinadores a través de la revista, para que se conviertan en un apoyo humano, económico, social y cultural de la institución.
- Insertar al medio laboral a estos jóvenes, en un futuro dentro de la elaboración de la revista institucional, enseñándoles las bases de periodismo y utilizando sus habilidades computacionales para el entrenamiento en diseño gráfico.

JUSTIFICACIÓN

Es poco el tiempo que tanto autoridades como padres de familia de adolescentes con capacidades especiales, han empezado a satisfacer las necesidades que tiene este grupo que ha permanecido apartado de la sociedad y que por diversas razones y hasta por temor al rechazo social, no han permitido que puedan desarrollarse de una manera integral, sobre todo en el campo educacional donde más falencias se han detectado, quitándoles a muchos de ellos la oportunidad de salir adelante por sus propios medios.

Al ser un grupo minoritario, muy poco comprendido y entendido, nace la idea de este proyecto **“REVISTA INSTITUCIONAL DEL COLEGIO SIN FRONTERAS DEL ECUADOR”** con el que se dará a conocer sobre el maravilloso mundo en el que se desenvuelven, y como pueden llegar a ser parte muy importante en el desarrollo del país.

Una vez planteada la propuesta, es importante dar a conocer las ventajas con las que cuenta una revista como medio de comunicación, para llegar hacia el público objetivo que tanto el Colegio Sin Fronteras del Ecuador, como la editora de la publicación se han planteado.

Las razones por las que se escogió una revista, para expandir la información acerca de la institución son varias, debido a las grandes ventajas que este medio de comunicación presenta por sobre los demás, empezando, porque las revistas son un medio muy apreciado por los lectores, ya que en sus páginas se encuentran en forma más extensa las noticias, acompañadas con su respectivo análisis, lo cual permite al Colegio, darse a conocer de mejor manera que con un díptico, tríptico o volante, en donde simplemente se inserta la información en forma corta, indicando el lugar en que se encuentran ubicados y, que más o menos hacen; generalmente las personas ni siquiera se interesan por leerlos y los desechan, lo que económicamente para la institución no es rentable.

La permanencia de las revistas es otra ventaja a destacar, debido a que la gente las guarda para leerlas cuando tenga un tiempo disponible para enfrascarse en ellas, lo que permite que llegue de mejor manera el mensaje y sea comprendido, además, las publicaciones de esta clase no se botan fácilmente, se las guarda por los artículos de interés que contienen, cosa que permite volver a leerlas o a que pasen por varias manos incrementando el número de personas a quienes llega la información, lo que no ocurre

con el periódico que se lo lee y a veces se lo guarda, pero la mayoría se desecha o se lo utiliza de otra forma en el hogar.

El mensaje radial tampoco es muy ventajoso, debido a que la gente usa la radio para entretenerse mientras está haciendo otra actividad, por lo que la mayoría de las veces ni siquiera es escuchado, peor aún retenido.

Con la televisión quizá, podrá ser un poquito diferente por su potencial de audio e imagen, pero realmente una cuña publicitaria duraría apenas unos segundos y para que la audiencia lo retenga sería necesario de varias de ellas y en horario privilegiado, lo que costaría demasiado y esos recursos la institución no posee.

Por ello se ha visto en la revista, la solución en lo que respecta a la comunicación que necesita este establecimiento, en donde se plasmará de una forma más extensa la información, los colores y el papel, permiten tener una nitidez fotográfica, que llama la atención, y qué se puede decir del contenido, que es el que va a complementar todo lo anterior con reportajes, noticias, testimonios, etc., que llamarán la atención no sólo del target al que va estar dirigida la publicación, sino de todo el mundo; tiene también la factibilidad de permitir ingresar publicidad, medio con el cual se pagaría tranquilamente su edición.

Se espera también, la colaboración de empresas tanto públicas como privadas.

Esto como parte de los objetivos que persigue la institución para obtener los recursos necesarios para el buen desenvolvimiento de todas las actividades del colegio y brindar apoyo a otros jóvenes como los que hoy se favorecen con este centro educativo.

No se puede descartar las ayudas que sin lugar a dudas ofrecen otros medios de comunicación, sería un error hacerlo, pero en este momento la institución se ha planteado la realización de la revista institucional, por las ventajas antes mencionadas y por la situación económica por la que atraviesa.

4.3.1 DEFINICIÓN DEL CONCEPTO EDITORIAL DE LA REVISTA

Para la creación de la revista institucional, planteada como objetivo del presente proyecto de grado, es importante partir de su definición editorial, la misma que va a permitir que la publicación tenga una identidad propia y, se pueda ofrecer a los lectores y a los posibles anunciantes.

La revista SIN FRONTERAS DEL ECUADOR, pretende ser un instrumento de comunicación, desde los adentros de la institución hacia la sociedad, con la finalidad de dar a conocer todas sus fortalezas, como un centro de enseñanza regular e integrador, para jóvenes con necesidades educativas especiales como: retardo mental leve; déficit de atención con o sin hiperactividad; problemas de comportamiento y emocionales; y baja autoestima; de tal forma que se pueda llegar a padres de familia, educadores, profesionales de la medicina y terapeutas como una opción, para mejorar la calidad de vida de estos adolescentes, y a la vez, ser un ente que permita conseguir patrocinio, convirtiéndose en generadora de apoyo en lo económico, humano, social y cultural para la institución.

Dentro de esta publicación se resaltarán, aparte de las actividades de la institución, las principales características de los problemas que enfrentan sus jóvenes miembros, lo que servirá de mucho a los padres, para poder reconocer si sus hijos sufren dichas dificultades.

Incluirá también, temas médicos, que permitan comprender de mejor manera, de lo que adolecen estos muchachos y novedades en lo que respecta a tratamientos, terapias, medicina, etc.

Parte importante a destacar en la publicación, son los testimonios de profesores, padres de familia, alumnos, etc., los que sin lugar a dudas ayudarán a conocer más de cerca los beneficios que presta este centro educativo y la evolución que presentan los jóvenes que están inmersos en esta forma de comprender y educar, que propugna el colegio.

Además les mantendrá informados, sobre temas que se deben conocer como: las leyes que los amparan, ayudas y beneficios que pueden tener, tanto del gobierno como de organizaciones particulares.

Cabe señalar que la revista tendrá una periodicidad trimestral, lo cual está en relación con el trabajo y actividades del colegio, también es importante especificar, que se beneficiará con la colaboración del personal docente, padres de familia, así como también de profesionales médicos como: psicólogos, neurólogos, genetistas y terapeutas, que aportarán con sus conocimientos, escribiendo para esta publicación.

Vale la pena explicar que la revista tiene un target definido, el cual comprende padres de familia, neurólogos, psicólogos, terapeutas, el departamento de Bienestar Estudiantil de

las instituciones educativas, el CONADIS, el Ministerio y Dirección de Educación; entes, donde la revista llegará, para que tengan conocimiento de que existe una institución que se encarga de ayudar a este grupo de jóvenes con necesidades educativas especiales y puedan direccionar a padres o familiares hacia este centro educativo.

En definitiva, la revista se va a convertir en un medio de difusión, que colaborará con la institución y con este grupo de jóvenes que no han logrado encontrar en ningún otro lugar el cariño, el amor y la comprensión que necesitan, para llegar a adquirir confianza, autoestima y los conocimientos necesarios, que les permitan enfrentarse a la sociedad, todavía discriminante, en la que vivimos.

De la misma forma será un apoyo para los padres de familia, ya que se darán cuenta de que no están solos, de que existe un grupo de papás que han pasado por lo mismo y que pueden contar con ellos y con este establecimiento, que sin lugar a dudas, está comprometido con estos adolescentes, con su formación integral y con su lucha constante por alcanzar un mejor estilo de vida y su independencia, para que puedan ser útiles a la comunidad.

4.3.2 CONTENIDO DE LA REVISTA

Una vez definido el concepto editorial de la revista, es preciso dar a conocer el contenido de sus páginas, empezando con una llamativa **portada**, la que incluirá el nombre de la revista y algunos de los titulares, a continuación se dará a conocer el **índice** con sus secciones y respectivos temas; para definir este punto, se ha analizado lo que requiere y tiene la institución para comunicar, es así que la publicación presenta las siguientes apartados:

EDITORIAL: Toda publicación que se precie, tiene una sección dedicada a transmitir el pensamiento del medio de comunicación, sobre diversos temas de relevancia, en este caso específico, se plasmarán escritos que tengan relación con los fines que persigue la institución, con el grupo de jóvenes a quienes atiende y la gente que está a su alrededor; cuestiones como: las condiciones de las personas con capacidades especiales, la integración social, los avances médicos, casos de discriminación, personajes relevantes, actividades culturales, etc., con las cuales se hará conocer a los lectores, sobre la realidad ecuatoriana en cuanto a estos aspectos; de la misma forma, se pretende generar opinión pública, influyendo en los lectores, para que brinden mayores oportunidades a

personas como éstas, colaboren con su inserción y luchen por defender y hacer que se cumplan sus derechos.

REPORTAJE: En este acápite de la revista, va a estar presente uno de los géneros periodísticos por excelencia, el reportaje; en donde se tratará temas como: las familias de jóvenes con habilidades especiales, sobre las terapias actuales, metodologías educativas, tecnología al servicio de estas personas, el amor, el afecto, la paciencia, la entrega, etc.

Se complementa el escrito con imágenes que, en compañía de un excelente contenido, harán de esta sección una de las favoritas, dentro de su público lector.

TESTIMONIOS: Se ha creído conveniente agregar a la revista esta sección, ya que es importante hacer conocer a los lectores sobre los beneficios de la institución, pero vistos desde los distintos ángulos: padres, hermanos, familiares, maestros, los mismos jóvenes, amigos, neurólogos, psicólogos, terapeutas, comunidad, autoridades, etc., quienes expondrán su historia y cómo ha cambiado o han visto cambiar la vida de estos adolescentes.

Esta parte de la publicación, irá acompañada de fotografías de quienes hablan, a través de la palabra escrita.

OPINIONES MÉDICAS: Cuan importante es impregnar en las páginas de esta revista, por su peculiaridad, opiniones de los médicos, psicólogos, terapeutas, en fin, los principales temas médicos relacionados con este grupo de jóvenes, con argumentos de interés para los padres y quienes les rodean, incluyendo artículos que especifican: las causas de sus problemas; las características que presentan; problemas de orden genético; avances médicos; tratamientos alternativos; medicamentos utilizados, nuevos y en investigación; terapias que ayuden a mejorar su calidad de vida, lugares en donde se está tratando esta clase de problemas, etc.

LO QUE DEBERÍAMOS SABER: Con esta sección se pretende mantener informado al lector sobre las leyes que rigen en el país, para ayudar a satisfacer las necesidades de este grupo minoritario, y aquellas que los perjudican; los beneficios a los que tienen derecho tanto gubernamentalmente como accediendo a organizaciones privadas, las posibilidades educativas para estos adolescentes, casos de discriminación y su afectación, educación inclusiva, integración social, inserción laboral, etc., lo que va a

ayudar a estos pequeños y sus familias a tener un mayor conocimiento sobre estos temas y de esta manera puedan exigir el cumplimiento de sus respectivos derechos, como ciudadanos que son y a luchar por conseguir un trato justo y equitativo dentro de esta sociedad aún injusta.

LO QUE HACEMOS: Finalmente la revista cerrará con una sección completamente llena de imágenes de las distintas actividades que los estudiantes realizan dentro y fuera del colegio; será un tipo collage, en donde se resalte la importancia de todas ellas, en la generación de actitudes positivas, de integración, de estímulo, de metas cumplidas; lo que ayudará a que las personas se den cuenta de que estos muchachos son capaces de hacer lo que se propongan, simplemente necesitan un poquito de paciencia, comprensión, pero sobre todo amor, que es la fuerza que tiene esta institución y que pretende dar a conocer, para que más jóvenes como ellos sean beneficiarios de esta clase de educación.

Es preciso indicar que la revista también contiene publicidad, la cual debe estar dirigida hacia anunciantes como neurólogos, psicólogos, terapistas, la industria farmacéutica, quienes realmente se verán beneficiados por el público meta al que se rige esta publicación, pero no se descartará que otras entidades quieran ingresar con publicidad en la revista.

4.3.3 DISEÑO DE LA REVISTA

La revista institucional del Colegio Sin Fronteras del Ecuador, tendrá un diseño no muy elaborado, pero, tampoco descuidada, se podría decir que estará entre lo formal e informal, guardando la elegancia que caracteriza a las revistas y tomando en cuenta el target al que va dirigida.

La publicación poseerá entre 16 y 20 páginas; el formato que se usará es el A4, cuyas dimensiones son 210mm x 297mm y se imprimirá en papel couche de 115 gramos a full color, se escogió este gramaje, debido principalmente a la calidad de impresión que se logra y también porque no difiere mucho el valor con respecto al de 90 gramos (según imprentas consultadas el precio varía entre diez y quince dólares por los mil ejemplares).

Con respecto a la tipografía que se utilizará en toda la revista, se ha elegido algunos tipos de letras de las cuales el formato Impact se usará en el logotipo, combinado con la Times New Roman que llevará el eslogan; para los títulos se elegirá entre la Neuropol, Impact y

la Times New Roman Cursiva de 14 puntos, finalmente en el cuerpo de los textos estarán presentes la Arial 11 puntos. Cada una de ellas se ha escogido, debido a sus características particulares, observando el grado de impacto, la facilidad de lectura, la elegancia, la formalidad e institucionalidad y teniendo siempre presente el grupo objetivo al que se quiere llegar.

Impact

Times New Roman

Neuropol

Arial

El contenido de la revista estará acompañado con la parte gráfica, la misma que será enriquecida con la presencia de buenas imágenes.

La combinación de un excelente contenido, color, papel, imagen y diseño, darán como resultado una atractiva publicación que no sólo impactará, sino que permitirá seguir editándola.

4.3.4 FINANCIAMIENTO

Dentro de todo el proceso de realización de la revista es fundamental tener un presupuesto, para saber exactamente el gasto que implica hacer una publicación de este tipo y a partir de este punto, planear una estrategia financiera, con la finalidad de tener el capital necesario con el que se va a solventar la revista.

Para ello, es preciso tomar en cuenta dos puntos elementales como son los costos de diseño y los de impresión; dentro de este último hay varios aspectos que se deben tener presentes para poder calcular el monto de dinero que se va a desembolsar a la imprenta: la cantidad de revistas que se van a imprimir, el número de páginas que va a contener y el papel que se va usar.

De acuerdo a estos costes, se establece cuanta publicidad se necesita y el valor que va a tener el espacio publicitario con el que se debe solventar, por lo menos estos gastos.

En este caso, específicamente, la revista contendrá 20 páginas, impresas en papel couche de 115 g. y su tirada será de mil ejemplares, por lo cual la imprenta cobrará un

monto de mil ciento veinte dólares incluido I.V.A., a lo que se suma el valor por el diseño, es decir cien dólares, lo que da un total de **mil doscientos veinte**, que es lo que costará la publicación y está será la cantidad que se debe recaudar en publicidad.

Una vez conocidos el total de gastos, se procede a realizar una tabla con la dimensión de los espacios publicitarios y sus respectivos costos, dentro de estas se debe destacar que el valor de la publicidad variará de acuerdo a dónde se la ubique, es decir que el espacio publicitario de la contraportada de la revista será el más costoso, debido a que se lo puede ver a simple vista, la segunda y tercera página también tendrán un costo alto pero no más que la anterior, el precio de las páginas centrales también serán significativos, debido a que el papel a pesar de estar encuadernado tiende a adquirir su estado natural, lo que provoca que las revistas se abran un poco y dejen al descubierto la páginas del centro; algo que también hay que tomar en cuenta en la publicaciones de esta clase, es que la publicidad también cuesta un poco más en las página impares, ya que es más perceptible, especialmente el cuadrante superior derecho y en caso de la par el superior izquierdo, esto se debe a que el ojo humano tiende a direccionarse a esos lugares; definiendo todo esto los valores para publicidad serán los siguientes:

Tabla 1

Espacio publicitario y costos

| MEDIDAS | PRECIO EN DÓLARES |
|----------------------|--------------------------|
| Contraportada | 300,00 |
| 2da y 3era de forros | 250,00 |
| 1 página | 200,00 |
| ½ página | 150,00 |
| ¼ página | 100,00 |

Cabe señalar que la Fundación Integración Sin Fronteras, la cual rige el colegio, aportará a la revista con el 7% de la pensión que recauda por cada estudiante, cuyo valor es de ciento cuarenta y cinco dólares, teniendo un total de cuarenta alumnos, con lo cual se reuniría la cantidad de **cuatrocientos seis dólares**, lo que se destinaría a otros egresos que la publicación pueda tener.

4.3.5 PROYECCIÓN DE LA REVISTA A FUTURO

El proyecto de la revista institucional del Colegio Sin Fronteras del Ecuador, ha sido pensado con la finalidad de que no se quede como un trabajo de tesis nada más, sino que se arranque de ahí, hacia la consecución de su edición formal. Tanto la institución, como Anabela Yépez, la editora de la publicación, están entusiasmadas por el trabajo que se está haciendo y más aún por la proyección que le queremos dar hacia el futuro.

Consientes de la magnífica ayuda que puede prestar, para la consecución de los diferentes objetivos planteados con su creación, se pretende que esta publicación se siga entregando de forma trimestral, pero con la iniciativa de buscar la publicidad necesaria, con cuyos ingresos se podrá tranquilamente financiar su edición, impresión, remuneraciones, etc., así como tener un grado de utilidad económica, para revertir en las instalaciones del colegio y en beneficio de los estudiantes.

Se ha planteado también la posibilidad de que los estudiantes de la institución, estén inmersos en el mundo del periodismo y del diseño gráfico, con lo que la revista contaría con el personal necesario para seguir manteniendo estas publicaciones y con un fin más loable todavía, insertar laboralmente a esta clase de jóvenes, haciendo uso de sus capacidades y potencialidades; claro está que esto sería en un futuro, ya que se necesita tener un capital para cumplir con esta meta, lo cual como institución y editora de la revista estamos dispuestas a hacerlo.

La permanencia de la revista, no sólo depende de la editora, sino de la institución y de sus autoridades. Hasta el momento se tiene una clara visión de lo que se pretende con la publicación, y durante algún tiempo todavía se mantendrá la actual editora al frente de la revista, situación que podrá ser diferente cuando cambie de autoridades la Fundación que regenta el colegio, los cuales tienen una permanencia de dos años en sus funciones.

Sin embargo las bases de la revista quedarán y su iniciativa como objeto de promoción y ayuda, con la misión de acrecentar sus contenidos y hacer llegar a un mayor número de

lectores, incluidos organismos gubernamentales y organizaciones particulares nacionales e internacionales.

4.4. CONCLUSIONES

- Con el estudio e investigación realizados para la elaboración de esta tesis de grado, se ha llegado a la conclusión de que la revista es el medio de comunicación idóneo, para transmitir información desde el interior de este centro educativo, hacia la sociedad, ya que por sus peculiares propiedades y ventajas, incluidas la calidad, contenido y costos, va a permitir a la institución llegar con su mensaje de forma más efectiva a su público meta y más allá.
- En nuestra sociedad son poco conocidas las instituciones que brinden apoyo a los jóvenes con habilidades diferentes, especialmente aquellos que no tienen una discapacidad que se identifique visualmente en sus rasgos físicos, sino que tienen una dificultad intelectual leve o un trastorno de déficit de atención, que impide un desarrollo normal dentro de su preparación académica y su entorno social; es por ello que se ha hecho necesario la elaboración de la revista institucional del Colegio Sin Fronteras del Ecuador, para enterar a la comunidad de su existencia y de las fortalezas que este establecimiento tiene, para ayudar a otros adolescentes con estas características.
- Gracias a la utilización de la revista como medio de comunicación, la institución podrá brindar apoyo a esos padres que han recorrido innumerables centros educativos, en busca de ayuda para educar a sus hijos, de los cuales han salido por la falta de inclusión, sensibilidad, capacitación de su personal y porque no decirlo la existencia todavía de incompreensión y con ello de discriminación.
- La institución tiene en la revista una fórmula fantástica para darse a conocer, y con ello hacer saber de las novedades en cuanto a tratamientos, medicinas, nuevas terapias o sobre las leyes que amparan a estos jóvenes, las ayudas que otorgan los estamentos del gobierno y otras entidades, así como también servirán de estímulo, los testimonios de jóvenes que han logrado superarse, de padres que por fin pueden respirar en paz, viendo la felicidad de sus hijos al ser realmente aceptados e incluidos en un centro educativo.

- Con la revista se podrá concienciar a la ciudadanía en general, de los valiosos que son estos muchachos, de lo que pueden brindar a su comunidad, para que se unan y propendan un mundo realmente inclusivo, no solo en la letras impresas en un artículo de la Constitución, sino que se haga realidad lo que propugna el gobierno, jamás por pena, sino por justicia, por derecho como ciudadanos que son de ésta su patria el Ecuador.
- Será también un medio eficaz, para promover la ayuda y colaboración de empresas y organizaciones que quieran ser solidarias con la causa de esta institución y con los jóvenes que se educan en ella, lo cual en este momento Sin Fronteras del Ecuador lo necesita.

4.5. RECOMENDACIONES

- Con la utilización de los medios de comunicación y con la responsabilidad que debe caracterizar a un Comunicador Social, es imprescindible dar a conocer a instituciones que como ésta, que se preocupa por sacar adelante a parte del conglomerado ecuatoriano.
- Incrementar la difusión de medios como la revista, con fines sociales y de ayuda, para lograr el cumplimiento de auténticos objetivos, que rebasen expectativas y a la misma Constitución.
- Canalizar la ayuda social, a través de los medios de comunicación, que como ésta revista pretende hacerlo.
- Abrir las puertas de empresas y organizaciones hacia la responsabilidad social y que esta se difunda por intermedio de publicaciones de este tipo, para animar a otras instituciones a la colaboración.
- Utilizar a la revista como un lazo de unión entre la institución y los organismos tanto estatales como privados, con la finalidad de conseguir apoyo en todos los sentidos.
- Finalmente, la recomendación hacia los periodistas y comunicadores sociales, ya que en sus manos tienen a la comunicación como un aliado imprescindible, en el aporte al desarrollo de un país más justo e igualitario.

5. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Álvarez y Martínez. (1992). *Historia de la Prensa Hispanoamericana*. España: Editorial Mapfre.

Arens, Willian. (1999). *Publicidad 7ma edición*, México: Mc Graw-Hill.

Barrera, Carlos. (2004). *Historia del Periodismo Universal*. España: A&M Grafic, S.L.

Beltrán, Raúl. (2001). *Publicidad y Medios Impresos Cuarta Edición*. México: Editorial Trillas.

Biagi, Shirley. (1999). *Impacto de los Medios*. México: International Thomson Editores.

Cohen, Dorothy. (1974). *Publicidad Comercial*. México: Editorial Diana.

De la Mota, Ignacio. (1994). *Enciclopedia de Comunicación* (Tomo 4, p.1222). México: Editores Noriega.

Dominick R.,Joseph. (2001). *La Dinámica de la Comunicación Masiva, sexta edición*. México: McGraw-Hill / Interamericana Editores S.A.

Gallegos López, Bernardo. (2005). *Infancia y Desarrollo Especial – Niños Hiperactivos (TDA-H). Causas. Identificación. Tratamiento*. Barcelona – España: Ediciones Ceac.

Gómez, Hernández, Rojas, Santacruz y Uribe. (2008). *Psiquiatría Clínica*. Bogotá – Colombia: Editorial Médica Internacional.

Inc (COR), Reading Laboratory. (2005). *Lectura Súper Rápida*. México: Compañía General de Ediciones, S.A.

López, Fernández y Durán. (2002). *La prensa local y la prensa gratuita*. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume-I.

Loscertales, Núñez, Contreras, Guarinos, Vera, Guerrero y González. (2007). *La Mirada de las Mujeres en la Sociedad de la Información*. Madrid – España: Siranda Editorial.

Pineda Ramírez, María Ignacia. (2004). *Lenguaje y Expresión 2*. México: Pearson Educación, S.A.

Plaza, Juan. (2005). *Modelos de Varón y de Mujer en las revistas femeninas para adolescentes*. Madrid – España: Editorial Fundamentos.

Steinberg y Bluem. (1969). *Los Medios de Comunicación Social*. México: Editorial Roble.

Villamarín C., José. (1997). *Síntesis de la Historia Universal de la Comunicación Social y el Periodismo*. Quito – Ecuador: Proyectos Editoriales Radmandí.

REVISTAS

Centro de Investigaciones Sociológicas. (1965). Las Revistas y su especialización. *Revista Española de la Opinión Pública REOP*, 2. 131.

Villamarín, José. (2003). Las revistas en el Ecuador, un primer acercamiento histórico. *Textos y Contextos*, 1. 31 – 37.

INTERNET

Varios. (2006, 31 de marzo). *Revistas: Definición y características*. Recuperado el 28 de marzo del 2011, de <http://es.shvoong.com/humanities/167403-revistas-definici%C3%B3n-caracter%C3%ADsticas/#ixzz1BJa6d9ik>