

# ÍNDICE SISTEMÁTICO

	<u>PÁGINA</u>
Sumario .....	5
Prólogo .....	7
<b>PRIMERA PARTE. Concepto y componentes de las revistas</b>	
<b>Capítulo 1. Qué es una revista. Sus especificidades y el mercado editorial .....</b>	<b>9</b>
Objetivos del capítulo .....	10
1. Diferentes denominaciones del concepto de «revista» .....	11
2. Especificidades de la revista .....	14
3. Mercado de revistas: cuestiones generales .....	17
3.1. Factores externos al mercado de revistas .....	18
3.2. La revista digital .....	20
4. Grupos editoriales en España: grandes, medianos y pequeños .....	22
4.1. Grandes grupos editoriales .....	22
4.2. Grupos medianos y pequeños .....	24

5. Asociaciones de revistas en España .....	25
5.1. ARI. Asociación de Revistas .....	25
5.2. Asociación de Revistas Culturales de España .....	26
Conceptos básicos .....	28
Ejercicios voluntarios .....	29
Referencias bibliográficas .....	30
<b>Capítulo 2. El lector de revistas .....</b>	<b>31</b>
Objetivos del capítulo .....	32
1. Encontrar y fidelizar al lector .....	33
1.1. El Estudio General de Medios .....	36
1.2. La Oficina de Justificación de la Difusión .....	38
2. El lector de revistas impresas .....	39
2.1. Motivaciones de lectura .....	39
2.2. Hábitos de lectura y compra .....	41
3. El lector de revistas digitales .....	42
4. Una doble venta: lectores y publicidad .....	44
4.1. La venta al lector .....	44
4.2. La venta a los anunciantes .....	46
Conceptos básicos .....	49
Ejercicios voluntarios .....	50
Referencias bibliográficas .....	51
<b>Capítulo 3. Creación y vida de una revista .....</b>	<b>53</b>
Objetivos del capítulo .....	54
1. La creación de una revista: la idea .....	55
1.1. Factores conducentes a la creación de una revista .....	57

2. El nombre .....	60
2.1. El subtítulo o eslogan .....	61
3. El ciclo de vida de una revista: lanzamiento, crecimiento, madurez y declive ....	62
3.1. El lanzamiento .....	62
3.2. El crecimiento y la madurez .....	65
3.3. El declive .....	67
4. La revista como marca .....	69
Conceptos básicos .....	71
Ejercicios voluntarios .....	72
Referencias bibliográficas .....	75
<b>Capítulo 4. Segmentación y especialización de las revistas .....</b>	<b>77</b>
Objetivos del capítulo .....	78
1. Clasificar una revista. Diversos criterios de segmentación .....	79
1.1. La clasificación de la Oficina de Justificación de la Difusión .....	80
1.2. Otras clasificaciones .....	81
2. Revistas femeninas .....	86
2.1. Revistas propiamente femeninas: prácticas y de alta gama .....	88
2.2. Revistas de famosos o del corazón .....	89
3. Revistas culturales .....	92
4. El «arrevistamiento» de los diarios: los suplementos .....	94
Conceptos básicos .....	98
Ejercicios voluntarios .....	100
Referencias bibliográficas .....	100
<b>Capítulo 5. Estructura y contenidos de las revistas .....</b>	<b>103</b>
Objetivos del capítulo .....	105
1. La mancheta .....	106

2. La estructura .....	108
2.1. La portada .....	108
2.1.1. Los títulos .....	109
2.1.2. Las imágenes .....	110
2.1.3. La identidad .....	111
2.2. Las secciones .....	112
3. Los contenidos .....	114
3.1. La veracidad .....	115
3.2. Las imágenes .....	116
3.3. El texto: sus contenidos en función de la periodicidad y del enfoque. Los géneros .....	117
3.3.1. Los contenidos textuales en función de la periodicidad .....	117
3.3.2. Los contenidos textuales en función del enfoque .....	119
3.3.3. Los géneros .....	120
3.4. La renovación de contenidos .....	120
4. El «himno a las revistas» .....	121
Conceptos básicos .....	123
Ejercicios voluntarios .....	124
Referencias bibliográficas .....	126

## SEGUNDA PARTE. Historia de las revistas

<b>Capítulo 6. Nacimiento y desarrollo de las revistas en Europa y Estados Unidos: del siglo XVI a los inicios del XX .....</b>	<b>127</b>
Objetivos del capítulo .....	128
1. Los inicios: entre el siglo XVI y el XVIII. De las relaciones a las gacetas .....	129
1.1. Europa .....	129
1.2. Estados Unidos .....	131
2. El siglo XIX en Europa .....	131
2.1. Las revistas populares inglesas .....	132
2.2. Las revistas ilustradas .....	133

3. El siglo XIX en Estados Unidos .....	135
3.1. El boom de 1865 .....	137
3.1.1. El cliente ideal y la publicidad .....	138
3.1.2. Las revistas del boom .....	139
4. Balance del siglo XIX .....	143
Conceptos básicos .....	145
Ejercicios voluntarios .....	146
Referencias bibliográficas .....	148
<b>Capítulo 7. El siglo XX: la consolidación de la revista moderna ...</b>	<b>151</b>
Objetivos del capítulo .....	152
1. Las primeras décadas del siglo XX en las revistas europeas .....	153
1.1. Las revistas culturales de entreguerras .....	154
2. Estados Unidos entre los años veinte y los sesenta: el segundo boom de las revistas .....	157
2.1. Factores del segundo boom: el busy man, la radio y la crisis de 1929 ...	158
2.2. Las nuevas fórmulas .....	159
3. Europa tras la Segunda Guerra Mundial: las revistas a partir de los años cuarenta	165
4. De los años sesenta en adelante: la revista renovada .....	166
4.1. La crisis de los sesenta .....	166
4.2. Factores de la renovación .....	168
4.3. Las últimas fórmulas .....	169
Conceptos básicos .....	170
Ejercicios voluntarios .....	171
Referencias bibliográficas .....	172
<b>Capítulo 8. Algunos hitos en la historia de las revistas estadounidenses .....</b>	<b>173</b>
Objetivos del capítulo .....	174
1. «National Geographic», un hito en las revistas de divulgación .....	175

2. «Time», un hito en los semanarios de información o newsmagazines .....	179
3. «Life», un hito en las grandes revistas gráficas .....	183
4. «Reader's Digest», un hito en las revistas de revistas .....	186
5. «The New Yorker», un hito en las revistas de opinión y cultura .....	189
Conceptos básicos .....	192
Ejercicios voluntarios .....	194
Referencias bibliográficas .....	195
<b>Capítulo 9. Las revistas en España desde los inicios hasta la guerra civil .....</b>	<b>197</b>
Objetivos del capítulo .....	198
1. Entre el siglo XVII y el XVIII: gacetas, semanarios y otras publicaciones .....	199
1.1. Las gacetas del siglo XVII .....	199
1.2. El siglo XVIII .....	200
2. El siglo XIX: de los pintorescos a la fotografía .....	201
2.1. Hasta 1840: las de Mariano José de Larra y los pintorescos .....	202
2.2. A partir de 1840: de las revistas ilustradas al fotograbado .....	204
3. Los semanarios gráficos entre el salto de siglo y las primeras décadas del XX ...	205
3.1. «Blanco y Negro» frente a «Nuevo Mundo» .....	206
3.2. Los grupos editoriales Prensa Española y Prensa Gráfica .....	207
3.3. «Mundo Gráfico» y «La Esfera» .....	208
4. Las revistas culturales de la «Edad de Plata» .....	210
4.1. Revistas vinculadas con la generación del 98 .....	211
4.2. Revistas vinculadas con la generación del 14: José Ortega y Gasset ....	212
4.3. Revistas vinculadas con la generación del 27 .....	214
Conceptos básicos .....	216
Ejercicios voluntarios .....	217
Referencias bibliográficas .....	219

<b>Capítulo 10. Las revistas en España a partir de la guerra civil .....</b>	<b>221</b>
Objetivos del capítulo .....	222
1. Los años cuarenta: la evasión por vías diversas .....	223
1.1. Las revistas literarias .....	224
1.2. «La Codorniz», revista de humor .....	226
1.3. La prensa rosa .....	227
2. Las revistas gráficas de los años cincuenta .....	229
3. Los años sesenta y setenta .....	231
3.1. Hacia el final del franquismo: las revistas combativas .....	232
3.2. Hacia el principio de la democracia: las revistas de la transición .....	235
4. A partir de los ochenta .....	236
4.1. El declive de los semanarios de información .....	237
4.2. Nuevas revistas, más modernidad .....	238
Conceptos básicos .....	239
Ejercicios voluntarios .....	240
Referencias bibliográficas .....	241

