

# Un análisis detallado de la evolución de las revistas en papel en España

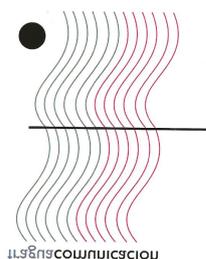
POR KAREN ARRIAZA IBARRA

## *Revistas culturales y de consumo*

Rafael Llano

### Revistas culturales y de consumo

*Prólogo de  
Juan Manuel Rodrigo Ghiozzi  
Presidente de ARI*



EDITORIAL  
**Fragua**

Rafael Llano

Madrid: Fragua, 2012, 347 p.

ISBN: 978-84-7074-488-4

En los tiempos actuales, en que Internet y las nuevas tecnologías parecen haber sustituido al papel en sus formatos 'clásicos' de lectura (libro de relatos, novela, catálogo, etc.), resulta altamente gratificante encontrar un trabajo de gran detalle y exactitud, en el que se pone de manifiesto la importancia que han tenido desde sus inicios las revistas de consumo en el mercado español, prácticamente desde sus orígenes y hasta la fecha, ya que en sus conclusiones el autor pronostica la continuidad de este medio 'clásico' por encima de cualquier

desarrollo tecnológico inmediato.

## Gran riqueza informativa

La obra se divide en doce capítulos que incluyen una extensa bibliografía especializada y un índice de tablas y gráficos. Podríamos hacer una división imaginaria del núcleo de la obra, aunque no aparece como tal en el Índice. En la primera parte, que abarca de los capítulos 1 a 8, se hace una exhaustiva radiografía de cada uno de los géneros existentes en la actualidad: las 370 revistas especializadas más demandadas por los lectores españoles durante el periodo que abarca los años 2008-2011.

En el capítulo 1 no solo se hace una acertada introducción al tipo de revistas que los lectores españoles han demandado más de las llamadas 'revistas de pago' y cuáles han sido sus fuentes de ingreso por publicidad y por venta de ejemplares, sino que añade un apunte histórico sobre la evolución de las cabeceras más destacadas. En el capítulo 2, uno de los más extensos de la obra, se analizan los géneros más solicitados según vayan dirigidos a un público femenino o masculino. Cabe destacar aquí la riqueza de información disponible ya no por género, sino por cada cabecera, de la que se encuentra desde el año de aparición hasta el precio, difusión o perfil detallado del lector, según el Estudio General de Medios. En el capítulo 3 se hace referencia a las revistas dedicadas a la divulgación de la ciencia y otros saberes, mientras que en el 4 se analizan en detalle las cabeceras dedicadas a temas de economía, finanzas y empresa.

En el capítulo 5 se hace una breve referencia a las revistas de competiciones deportivas, mientras que el capítulo 6 se refiere a las revistas de información y opinión políticas. Curiosamente, en este apartado se incluye una gran variedad, desde las revistas 'de humor', como *El Jueves*, hasta las de actualidad eclesial y religiosa. El capítulo 7 se refiere a las revistas que hacen una crítica de la oferta cultural, y aquí también se incluyen las revistas infantiles y juveniles, educativas y de ocio, y otras profesionales, como de arquitectura y urbanismo, fotografía y artes plásticas. Finalmente, el siguiente capítulo, el 8, hace referencia a las revistas de televisión, ocio y anuncios clasificados, de gran tradición en España desde 1975, año de aparición de la *Guía del Ocio*.

En la segunda parte, capítulos 9 a 12, se complementa el análisis de las cabeceras con los rasgos socioeconómicos de los compradores de revistas (capítulo 9), que se desglosan por edad, nivel económico y nivel de estudios superiores, lo cual le da un elemento enriquecedor a la obra. Incluso se hace una clasificación de las revistas, desde la más antigua a la más reciente, y por precio, desde la más barata hasta la más cara, según su periodicidad de aparición y su temática.

El libro termina con los resultados financieros de los principales grupos editores de revistas, compilados en el capítulo 10 y con unas conclusiones sobre el futuro de las revistas culturales y de consumo. A nuestro juicio, si hay algo que reprocharle al libro es que en esta parte se queda un poco corto, con unas conclusiones que, si bien no desmerecen por el carácter anecdótico de que las dota el autor, echan en falta cierto rigor, cierta estructura y una determinada evolución y proyección de forma gráfica que claramente pudiera hacer un poco más sustanciosas las

apenas nueve páginas de las conclusiones y proyecciones de futuro, luego de una obra tan amplia y detallada.

No obstante, la obra es un magnífico compendio de información sobre las revistas 'clásicas' en España de todo tipo y periodicidad -semanales, quincenales, mensuales, bimensuales, trimestrales, cuatrimestrales y anuales- que bien podría constituir el marco teórico de una tesis doctoral (capítulos 1 a 8, sobre todo) debido a su grado de detalle y análisis. Sin duda se convertirá en una obra de referencia para investigadores de medios escritos y futuros doctores cuya tesis verse sobre las revistas culturales en España y su evolución. En este sentido, sería conveniente reeditarla pronto, ya que, lamentablemente, como todo medio impreso en papel, esta información se quedará obsoleta en poco tiempo.

