

Las revistas, un medio para todos

Fernando Martínez Vallvey
María Jesús Arruti Lebrero
Universidad Pontificia de Salamanca

Resumen

En el presente artículo, los autores nos hemos propuesto repasar uno de los sectores de la comunicación menos estudiado y sobre el que habitualmente tanto los estudios de la prensa como la población en general no suelen reparar: las revistas. Frente a la hegemonía de la televisión, frente al éxito de la radio, frente a la importancia política de los diarios y frente al desconcierto generado por las páginas web... las revistas son poco analizadas. Sin embargo, su presencia en el ámbito familiar es innegable. Para entender cuál es la manera en que se trata a la familia y los tipos de revistas vinculadas con ella, es necesario explicar cómo son las revistas en España y qué tipo de lectores tienen. Además, exponemos qué relación pueden tener con la familia, tanto como elemento integrador como formativo.

Summary

Magazines, a media for all

In the present article, the authors have decided to review one of the least studied fields of communication, one which journalistic research as well as population research have all but ignored: magazines. Opposite to the hegemony of television, of the success of the radio, despite the importance of politics on newspapers, and the confusion caused by web pages... magazines are barely analyzed. None the less, their presence in the familial area is undeniable. To understand how the family is discussed and the types of magazines linked with the family, it is necessary to explain how magazines in Spain are and the audience they have. Furthermore, we expose the possible ties of magazines with the family, such as an integrative element as well as a formative one.