

Ficha Técnica

Titulación:	Grado en Periodismo		
Plan BOE:	BOE número 71 de 24 de marzo de 2014		
Asignatura:	Revistas		
Módulo:	Información en prensa		
Curso:	3º	Créditos ECTS:	6
Tipo de asignatura:	Obligatoria	Tipo de formación:	Teórica-práctica

Presentación

Esta asignatura tiene como objetivo el estudio de la revista como medio de difusión del periodismo escrito. El programa, que se divide en dos grandes partes, aborda, por un lado, el análisis del medio en sí, esto es, el estudio de aspectos como el concepto y la especificidad de las revistas, su clasificación, su contenido y estructura, su ciclo de vida y lectores o los procedimientos de creación y desarrollo; y por otro, la historia y evolución de las revistas en el mundo en los últimos siglos, deteniéndose en algunos casos que se han convertido en hitos de la historia del periodismo dentro y fuera de España.

Competencias y/o resultados del aprendizaje

- Capacidad para conocer las particularidades que definen a la revista como medio del periodismo escrito, su tipología y la segmentación de su mercado.
- Capacidad para elaborar publicaciones periódicas tanto en soporte papel como en formato digital.
- Capacidad para conocer la tradición y los antecedentes históricos de la tecnología de la comunicación escrita y del diseño periodístico.
- Capacidad para analizar e identificar los diferentes componentes de una revista.
- Capacidad para evaluar la idoneidad de nuevas publicaciones periódicas.

Contenidos Didácticos

1. Qué es una revista. Sus especificidades y el mercado editorial
 - 1.1. Diferentes denominaciones del concepto de "revista"
 - 1.2. Especificidades de la revista
 - 1.3. Mercado de revistas: cuestiones generales
 - 1.3.1. Factores externos al mercado de revistas
 - 1.3.2. La revista digital
 - 1.4. Grupos editoriales en España: grandes, medianos y pequeños
 - 1.4.1. Grandes grupos editoriales
 - 1.4.2. Grupos medianos y pequeños
 - 1.5. Asociaciones de revistas en España: Asociación de Revistas de Información y Asociación de Revistas Culturales de España
 - 1.5.1. Asociación de Revistas de Información
 - 1.5.2. Asociación de Revistas Culturales de España

2. El lector de revistas
 - 2.1. Encontrar y fidelizar al lector
 - 2.1.1. El Estudio General de Medios
 - 2.1.2. La Oficina de Justificación de la Difusión
 - 2.2. El lector de revistas impresas
 - 2.2.1. Motivaciones de lectura
 - 2.2.2. Hábitos de lectura y compra
 - 2.3. El lector de revistas digitales
 - 2.4. Una doble venta: lectores y publicidad
 - 2.4.1. La venta al lector
 - 2.4.2. La venta a los anunciantes
3. Creación y vida de una revista
 - 3.1. La creación de una revista: la idea
 - 3.1.1. Factores conducentes a la creación de una revista
 - 3.2. El nombre
 - 3.2.1. El subtítulo o eslogan
 - 3.3. El ciclo de vida de una revista: lanzamiento, crecimiento, madurez y declive
 - 3.3.1. El lanzamiento
 - 3.3.2. El crecimiento y la madurez
 - 3.3.3. El declive
 - 3.4. La revista como marca
4. Segmentación y especialización de las revistas
 - 4.1. Clasificar una revista. Diversos criterios de segmentación
 - 4.1.1. La clasificación de la Oficina de Justificación de la Difusión
 - 4.1.2. Otras clasificaciones
 - 4.2. Revistas femeninas
 - 4.2.1. Revistas propiamente femeninas: prácticas y de alta gama
 - 4.2.2. Revistas de famosos o del corazón
 - 4.3. Revistas culturales
 - 4.4. El “arrevistamiento” de los diarios: los suplementos
5. Estructura y contenidos de las revistas
 - 5.1. La mancheta
 - 5.2. La estructura
 - 5.2.1. La portada
 - 5.2.1.1. Los títulos
 - 5.2.1.2. Las imágenes
 - 5.2.1.3. La identidad
 - 5.2.2. Las secciones
 - 5.3. Los contenidos
 - 5.3.1. La veracidad
 - 5.3.2. Las imágenes
 - 5.3.3. El texto: sus contenidos en función de la periodicidad y del enfoque. Los géneros
 - 5.3.3.1. Los contenidos textuales en función de la periodicidad
 - 5.3.3.2. Los contenidos textuales en función del enfoque
 - 5.3.3.3. Los géneros
 - 5.3.4. La renovación de contenidos
 - 5.4. El “himno a las revistas”
6. Nacimiento y desarrollo de las revistas en Europa y Estados Unidos: del siglo XVI a los inicios del XX
 - 6.1. Los inicios: entre el siglo XVI y el XVIII. De las relaciones a las gacetas
 - 6.1.1. Europa
 - 6.1.2. Estados Unidos
 - 6.2. El siglo XIX en Europa

- 6.2.1. Las revistas populares inglesas
- 6.2.2. Las revistas ilustradas
- 6.3. El siglo XIX en Estados Unidos
 - 6.3.1. El boom de 1865
 - 6.3.1.1. El cliente ideal y la publicidad
 - 6.3.1.2. Las revistas del boom
- 6.4. Balance del siglo XIX
- 7. El siglo XX : la consolidación de la revista moderna
 - 7.1. Las primeras décadas del siglo XX en las revistas europeas
 - 7.1.1. Las revistas culturales de entreguerras
 - 7.2. Estados Unidos entre los años veinte y los sesenta: el segundo boom de las revistas
 - 7.2.1. Factores del segundo boom: el *busy man*, la radio y la crisis de 1929
 - 7.2.2. Las nuevas fórmulas
 - 7.3. Europa tras la Segunda Guerra Mundial: las revistas a partir de los años cuarenta
 - 7.4. De los años sesenta en adelante: la revista renovada
 - 7.4.1. La crisis de los sesenta
 - 7.4.2. Factores de la renovación
 - 7.4.3. Las últimas fórmulas
- 8. Algunos hitos en la historia de las revista estadounidenses
 - 8.1. *National Geographic*, un hito en las revistas de divulgación
 - 8.2. *Time*, un hito en los semanarios de información o *newsmagazines*
 - 8.3. *Life*, un hito en las grandes revistas gráficas
 - 8.4. *Reader's Digest*, un hito en las revistas de revistas
 - 8.5. *The New Yorker*, un hito en las revistas de opinión y cultura
- 9. Las revistas en España desde los inicios hasta la guerra civil
 - 9.1. Entre el siglo XVII y el XVIII: gacetas, semanarios y otras publicaciones
 - 9.1.1. Las gacetas del siglo XVII
 - 9.1.2. El siglo XVIII
 - 9.2. El siglo XIX: de los pintorescos a la fotografía
 - 9.2.1. Hasta 1840: las de Mariano José de Larra y los pintorescos
 - 9.2.2. A partir de 1840: de las revistas ilustradas al fotograbado
 - 9.3. Los semanarios gráficos entre el salto de siglo y las primeras décadas del XX
 - 9.3.1. *Blanco y Negro* frente a *Nuevo Mundo*
 - 9.3.2. Los grupos editoriales Prensa Española y Prensa Gráfica
 - 9.3.3. *Mundo Gráfico* y *La Esfera*
 - 9.4. Las revistas culturales de la Edad de Plata
 - 9.4.1. Revistas vinculadas con la generación del 98
 - 9.4.2. Revistas vinculadas con la generación del 14: José Ortega y Gasset
 - 9.4.3. Revistas vinculadas con la generación del 27
- 10. Las revistas en España a partir de la guerra civil
 - 10.1. Los años cuarenta: la evasión por vías diversas
 - 10.1. Las revistas literarias
 - 10.2. *La Codorniz*, revista de humor
 - 10.3. La prensa rosa
 - 10.2. Las revistas gráficas de los años cincuenta
 - 10.3. Los años sesenta y setenta
 - 10.3.1. Hacia el final del franquismo: las revistas combativas
 - 10.3.2. Hacia el principio de la democracia: las revistas de la transición
 - 10.4. A partir de los ochenta
 - 10.4.1. El declive de los semanarios de información
 - 10.4.2. Nuevas revistas, más modernidad

Contenidos Prácticos

Durante el desarrollo de la asignatura se realizarán las siguientes actividades prácticas:

- Informe comparativo de dos Estudios Generales de Medios.
- Elaboración de una propuesta de revistas.
- Cuestionario a partir de editoriales de diversas revistas.
- Ejercicio de análisis sobre revistas de distintas épocas

Evaluación

El sistema de evaluación del aprendizaje de la UDIMA contempla la realización de diferentes tipos de actividades de evaluación y aprendizaje. El criterio de valoración establecido se detalla a continuación:

Actividades de aprendizaje	10%
Controles	10%
Actividades de Evaluación Continua (AEC)	30%
Examen final presencial	50%
TOTAL	100%

Bibliografía

- Garbisu, Margarita (2014): *Revistas*. Madrid: CEF-Udima.
- Angeletti, N.; Oliva, R. (2002). *Revistas que hacen e hicieron historia*. Barcelona: ed. Sol 90
- Cabello, Fernando (1999): *El mercado de revistas en España. Concentración informativa*. Barcelona: Ariel.
- Caño, Juan (1999): *Revistas. Una historia de amor y un decálogo*. Madrid: Eresma & Celeste Ediciones, 1999.
- Montero Rodríguez, Fernando (2005): *Marketing de periódicos y revistas*. Madrid: Pirámide5.
- Pérez Iriarte, Jacinto (1986): "El magazine", en VV.AA.: *Enciclopedia de periodismo. El periodismo escrito*. Barcelona: Mitre.