

LAS PORTADAS: UN ESCAPARATE AL MUNDO DE LAS REVISTAS FEMENINAS PARA ADOLESCENTES.

García Romero, Gloria M^a
imagina@andaluciajunta.es

García Romero, Nuria
nurgarrom@gmail.com

Botello Hermosa, Alicia
Departamento de Enfermería
Universidad de Sevilla
abotello@us.es

RESUMEN

Las revistas constituyen el tipo de prensa más leído en la actualidad, por delante de otros medios escritos como los diarios o los suplementos. Estas publicaciones presentan una serie de características como la periodicidad, la selectividad de la audiencia a la que van dirigidas o el cuidado del diseño y los aspectos formales, lo que las convierten en un producto muy atractivo para los lectores.

En el caso de las revistas juveniles femeninas, elementos como los colores de la portada, el lenguaje utilizado en el discurso o los personajes famosos que aparecen representados en las imágenes de la cubierta, son indicadores de cuáles son los contenidos que podemos encontrar en el interior y que van a cumplir una significativa función como reclamo para las lectoras a la hora de decantarse por la elección de una cabecera u otra.

PALABRAS CLAVE

Revistas juveniles femeninas, prensa, medios de comunicación, adolescentes, portadas.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las revistas constituyen el medio escrito más consumido por la población, por delante de los diarios y los suplementos. Este consumo es mayor si atendemos a la variable sexo, en la que el porcentaje de mujeres lectoras de estas publicaciones es superior al de los hombres (54,7% de mujeres frente al 45,3% de hombres). En el caso de la edad, el 59,7% de los adolescentes con edades comprendidas entre los 14 y los 19 años y el 59,9% de jóvenes entre 20 y 24 años son consumidores habituales de alguna revista. El número de lectores comienza a descender de forma constante a partir de esta edad, lo que indica que los adolescentes constituyen un sector de población muy aficionado a este tipo de publicaciones. El consumo de revistas también asciende a medida que aumenta la clase social de los lectores¹.

En parte, el éxito de las revistas como medio escrito se debe a que éstas ofrecen una serie de ventajas para los lectores. Su periodicidad semanal, quincenal e incluso mensual, permite una indagación más profunda de las cuestiones a tratar al no estar sujetas a límites de tiempo, por lo que los artículos van a tener relevancia más allá del momento en el que son publicados, lo que favorece una lectura más pausada y reflexiva y ser más subjetivos a la hora de interpretarlos. Esto explicaría, en parte, su mayor influencia en la audiencia.

Además, presentan una tendencia a la especialización y la selectividad de la audiencia a la que van dirigidas, lo que permite a los lectores y lectoras seleccionar y consumir aquellas revistas más acordes con sus intereses y aficiones, conformando así un público homogéneo, lo que garantiza a los anunciantes tener acceso al grupo de población de su interés. Como hemos mencionado anteriormente, al ser su lectura más tranquila y reflexiva, permite una mayor atención a los mensajes publicitarios que, en ocasiones, son reforzados por artículos o temas que se tratan en los contenidos del ejemplar. De este modo, el producto se impregna del prestigio de la revista. *“Las posibilidades que ofrece la revista como vehículo publicitario configuran el mercado de anunciantes en el medio. El diseño de este mercado es esencial, pues en muchos casos, la publicidad es un ingreso imprescindible para la viabilidad de un título”* (Cabello, Fernando: 1999).

Por último, las revistas prestan una especial atención al diseño y los aspectos formales. En gran medida, la calidad de una revista viene marcada tanto por los contenidos tratados entre sus páginas como por los elementos estéticos, tales como la composición de la portada, el color, la calidad del papel, etc. que dan como resultado un producto muy atractivo visualmente que atrae la atención del público. La tendencia de los últimos diez años ha sido la de una mayor preocupación por las ilustraciones y el colorido como medio de aumentar el número de lectores. *“Para tener éxito hoy, una revista debe ser atractiva, y eso significa ser multicolor”* (Cabello, Fernando: 1999). Los sofisticados métodos gráficos y de impresión del que hacen uso estas publicaciones permiten la elaboración de anuncios llamativos y coloristas de distintos tamaños, que pueden ir acompañados de muestras para oler, tocar o probar, lo que permiten al lector estar en contacto directo con el producto.

Si atendemos exclusivamente a las revistas juveniles femeninas, éstas son muy ricas en imágenes, lo que por un lado va a influir en el aspecto emocional y sentimental de las adolescentes, pero por otro, no va a favorecer su pensamiento crítico. Las imágenes captan la atención de las lectoras, son fácilmente descodificables y sencillas de recordar. *“La imagen no exige esfuerzo para descodificarla, por lo tanto, se reduce la posibilidad de racionalizarla, de la*

¹ Datos extraídos del Estudio General de Medios correspondiente al período de Abril de 2010 a Marzo de 2011. <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>

reflexión o conciencia, y se es más vulnerable a la penetración inconsciente de estímulos ideológicos y éticos” (Figueras, Mónica: 2005).

Para Juana Gallego, la portada es el distintivo de las publicaciones femeninas, ya que se muestra una propuesta idealizada de cómo podría ser la compradora y constituye una carta de presentación que vende no sólo la revista, sino los productos que en ella se promocionan. La portada suele estar protagonizada, generalmente, por el rostro de una mujer joven y hermoso junto a nombres cortos, con frecuencia de mujer, como *Marie Claire* o *Clara*, o que indican a quién van dirigidas estas publicaciones, como *Elle* o *Ragazza*². No obstante, pese a esa apariencia de naturalidad y frescura, la imagen de las modelos es manipulada y retocada hasta el último detalle para poder transmitir ese aspecto bello y juvenil. La portada divulga un modelo ideal de mujer con el que todas las lectoras quieren identificarse, lo que les impulsa a adquirir la revista. La portada no es sólo una introducción de los contenidos, sino también un preámbulo del estilo de mujer al que aspiran a ser las compradoras.

En el caso de las revistas juveniles, la portada es el escaparate en el que se presentan los distintos temas que se van tratar en el interior de cada número. Algunas incluyen lemas como “*Revista mensual para chicas atrevidas*” (*You*, ya desaparecida), “*Tan joven como tú*” (*Chica Hoy*, también desaparecida) o “*Por ti*” (*Bravo*). Otras describen con su nombre al sector del público al que van dirigidas, como *Chica Hoy* y *Ragazza*, o utilizan como título expresiones frecuentes de la jerga adolescente, tales como *Bravo*, *Super Pop* y *Vale*³.

Las portadas de las publicaciones femeninas juveniles tienen un diseño similar al de un collage, compuesto por pequeños fragmentos que mantienen la atención del lector gracias a los cambios de temática, ritmo, color, registro, vocabulario... Un mismo motivo (contenido, personaje famoso) aparece repetidamente en un mismo ejemplar, con pequeñas variaciones de un mismo tema, tratado a veces de manera contradictoria. En este sentido, actúan como un reclamo para la atención de las posibles compradoras, resumiendo el estilo y la temática de las revistas.

Las publicaciones populares buscan la atención rápida de la lectora con colores y diseños llamativos. En *Super Pop*, por ejemplo, predomina lo que se puede llamar estilo parchís, colores alegres y formas circulares, mientras que en *Bravo* es frecuente la imitación del estilo Disney. *Nuevo Vale*, en cambio, se caracteriza por el uso habitual del rojo asociado a contenidos sexuales y la combinación con el negro de fondo y el blanco y negro de la ortografía. El rojo es un color que se caracteriza porque acapara la atención frente a los demás, se asocia al amor, la lujuria, la rabia, la alegría, expresa pasión, emoción, agresividad, es erótico, etc. Por último, las revistas de élite como *Ragazza*, se caracterizan por su elegancia estilística, gracias al uso de colores suaves como rosas, malvas, amarillos y blancos y reservando el fondo blanco y negro para los contenidos de temas sexuales⁴.

Las revistas musicales, como *Super Pop* o *Bravo*, o más recientemente *Teens* y *Star2*, prestan una especial atención a los ídolos adolescentes, pertenecientes al mundo de la música, el cine o la televisión, acompañados por otros temas secundarios como los primeros ligues, consejos de belleza y moda, dudas, etc. Las revistas dirigidas a una audiencia de mayor edad, como *Nuevo*

² Gallego, Juana (1999): *Mujeres de papel. De ¡Hola! a Vogue: la prensa femenina en la actualidad*, Icaria Editorial, S.A., Barcelona.

³ Vigara, Ana María (2004): “Género, sexo y discurso en las revistas juveniles”, en Rodríguez, Félix: *Comunicación y cultura juvenil*, Editorial Ariel, Barcelona, (227- 255).

⁴ Ciudad, Agustín (2005): *El universo icónico-simbólico en la prensa juvenil femenina*, Editorial Fundamentos, Madrid.

Vale y *Ragazza*, son menos especializadas y desplazan este interés por los ídolos juveniles a temas que se centran más en la persona de la lectora, como la belleza, la moda, las relaciones personales, el sexo o los cuidados corporales. La edad de las lectoras también va a ser determinante en la construcción del discurso, siendo más elaborada en aquellas publicaciones dirigidas a un público mayor, mientras que las revistas musicales se van a caracterizar por rasgos y expresiones de la cultura popular⁵. Este uso del léxico popular y juvenil busca una identificación de las adolescentes con la revista. “(...) *lo que refleja el lenguaje es un uso muy “cotidiano”, muy de yo a tú entre iguales*” (Vigara, Ana María: 2004). Esto explica la utilización de anglicismos, exclamaciones y otros recursos enfáticos y expresiones propios de la jerga adolescente.

También son habituales los regalos y obsequios (pulseras, colgantes, coleteros, etc.) con la compra de cada número, lo que impulsa a las lectoras a decantarse por la elección de un determinado título.

MUESTRA

En el mercado existe, en la actualidad, una amplia variedad de títulos de revistas juveniles femeninas: *Super Pop*, *Nuevo Vale*, *Ragazza*, *Bravo*, *Star2*, *Teens Stars*, *e-girls*, *Dgirls*, *Como tú*, etc. Para esta investigación hemos seleccionado como muestra seis ejemplares correspondientes al número del mes de marzo de 2011: *Teens Stars* y *Star2*, destinadas a un público preadolescente; *Bravo* y *Super Pop*, dirigidas a un público adolescente; y *Nuevo Vale* y *Ragazza*, consumidas por un público adolescente de mayor edad. De esta forma, hemos intentado atender equitativamente a todos los grupos de edad entre las lectoras adolescentes, con el propósito de que la información extraída del análisis cualitativo de las portadas aporte datos representativos de las características y los contenidos habituales de la prensa juvenil femenina (Tabla 1).

Marzo de 2011	
Ragazza	Nº 255
Nuevo Vale	Nº 1652
Super Pop	Nº 861
Bravo	Nº 399
Teens	Nº 11
Stars2	Nº 59

Tabla 1

Para el análisis de las portadas de los ejemplares de la muestra realizaremos una descripción detallada en la que tomaremos como variables tres elementos: los colores, el lenguaje empleado y los contenidos a los que hacen referencia los titulares.

⁵ Ciudad, Agustín (2005): El universo icónico-simbólico en la prensa juvenil femenina, Editorial Fundamentos, Madrid.

ANÁLISIS DE LA MUESTRA.

La portada de *Ragazza* (tabla 2) está protagonizada por una fotografía a gran tamaño de la televisiva presentadora y actriz Pilar Rubio, ataviada con un minivestido y una amplia sonrisa. Junto a ella el titular **“Pilar Rubio: curvas, fama & rock ‘n roll”**, en lo que nos sugiere una entrevista a la actriz en el interior. Al contrario de lo que suele ser habitual en las publicaciones juveniles femeninas, no hay más fotografías en toda la portada, aunque sí numerosos titulares que se reparten de forma ordenada a ambos lados de la imagen central.

Este número presta una especial atención a secciones clásicas de las revistas femeninas como la belleza y la moda, lo que queda patente con titulares como **“Especial tendencias primavera/verano 2011, be cool my friend!”**, **“Streetstyle, belleza urbana”** y **“Beauty, ¿estrellas... o estrelladas?”**.

El sexo y las relaciones de pareja también tienen reservado un pequeño espacio en la portada de *Ragazza*: **“World wide sex”**, no es solo el adelanto de un reportaje más amplio, sino que cumple otra función, la de utilizar la temática sexual como reclamo para atraer al público adolescente.

Por último, un pequeño guiño a los personajes famosos y el interés que su vida privada despierta entre las lectoras: **“Duelo de divas, Alexa vs Olivia”** o **“Henry Cavill, el nuevo Superman ¡sube la temperatura!”**.

El fondo de la portada es de color fucsia, salpicado por colores como el blanco, el amarillo y el negro que adornan los titulares. El resultado es una portada elegante, llamativa y ordenada.

El vocabulario empleado es formal, lejos de las expresiones coloquiales y la terminología propia de la jerga juvenil, aunque abusa de los anglicismos, presentes en la mayoría de los titulares (**“Be cool my friend!”**; **“streetstyle”**; **“world wide sex”**; **“beauty”**) lo que le confiere un cierto carácter elitista no apto para adolescentes muy jóvenes o con un bajo nivel sociocultural. También están presentes elementos paralingüísticos que dotan de mayor énfasis a los titulares, como signos de exclamación (**“¡Sube la temperatura!”**) o símbolos como **“&”** y abreviaturas como **“vs”**.

Título	Ragazza
Editorial	Nomoan
Fundación	1989
Periodicidad	Mensual
Precio	1,70€
Target	Adolescentes y post-adolescentes

Tabla 2

La portada de *Nuevo Vale* (tabla 3) está protagonizada por una fotografía a gran tamaño de los dos protagonistas de la serie **“El Barco”**, ficción televisiva muy popular entre el público adolescente. Sobre ambos, elegantemente vestidos, el titular **“Mario (Casas) y Blanca (Suárez) de “El Barco”, líos de amor dentro y fuera de la serie”**. Esta publicación no deja de lado su interés por el panorama televisivo y en otro de los titulares nos avanza **“GH, Samu y Marcelo, los dos chicos que conquistaron a Laura, cara a cara”**, bajo tres imágenes de los

protagonistas de esta información. Apenas otra fotografía más, en este caso de Miss y Mister España, **“Arrasa moda y belleza disco con Miss y Mister España”**, haciendo referencia a dos de las secciones clásicas de la prensa femenina, la moda y la belleza.

Esta publicación, al estar dirigida a un público adolescentes de mayor edad, también hace hincapié en otro de los temas habituales de la prensa para mujeres, el amor y la sexualidad: **“El polígrafo de la infidelidad, descubre si dice la verdad”** y **“Escuela de seducción, el baile más sexy, paso a paso”**.

Por último, *Nuevo Vale* nos propone un especial viajes: **“Escápate en Semana Santa. Los planes más económicos”**, desmarcándose así de otras publicaciones juveniles dirigidas a un público de menor edad y poder adquisitivo.

El fondo de la portada es de color negro y los titulares alternan tonos como el rojo, el fucsia y, en menor proporción, el amarillo, el azul, el verde, el blanco y el turquesa. El resultado es una portada oscura, sobria, apenas atrayente si descontamos el atractivo de los protagonistas de la imagen principal y su titular en rojo y fucsia, haciendo alusión a la trama de la serie y la vida personal de los actores que los interpretan.

Nuevo Vale, al igual que el ejemplar anterior, utiliza un lenguaje formal en el que están ausentes los términos y expresiones coloquiales del léxico adolescente, a excepción de **“líos”**. También son poco frecuentes los anglicismos (**“sexy”**), ni están presentes elementos paralingüísticos como los signos de exclamación. En esta revista, el énfasis en las noticias se hace a través del contenido del titular en sí (**“Líos de amor dentro y fuera de la serie”**, **“Escuela de seducción”**).

Título	Nuevo Vale
Editorial	Publicaciones Ekdosis
Fundación	1979
Periodicidad	Semanal
Precio	1,30€
Target	Adolescentes y post-adolescentes

Tabla 3

La portada de *Super Pop* (tabla 4), como en el número anterior, también está protagonizada por una fotografía a gran tamaño de Mario Casas y Blanca Suárez, dos de los protagonistas de la serie **“El Barco”**. Mientras la actriz se encuentra en un primer plano vestida de colegiala, el actor lo hace en un segundo plano, con el torso desnudo y parcialmente tapado por ella.

Alrededor de esta imagen central se distribuyen de forma desordenada un gran número de fotografías de menor tamaño de otros ídolos adolescentes, cantantes y actores. Algunos titulares hacen referencia a sus proyectos profesionales, como es el caso de **“Justin (Bieber), la agenda de su visita a España”**, un cantante de gran éxito entre el público adolescente. En otros casos, los titulares aluden a series de televisión con muchos seguidores entre los jóvenes, en el que se informa de un avance de la trama que podemos encontrar en el interior de la revista, como **“El Barco, desvelamos todos sus secretos”** y **“Los Protegidos, lo + fuerte que vendrá”**.

Otros titulares, en cambio, hacen hincapié en la vida privada de los personajes famosos, como **“Miley, las movidas con su padre”** (cantante y actriz que saltó a la fama por dar vida al personaje de *Hannah Montana*) o **“Taylor, su currículum en el amor”** (actor que encarna el personaje de hombre lobo en la saga *“Crepúsculo”*). También encontramos expresiones con cierta carga afectiva y sexual como reclamo para las fans, como **“Mario, sus fotos + sexys”** y **“El futuro de las parejas de moda: líos, peleas, nuevos rollos...”**

Si bien la mayor parte de la portada está dedicada a ídolos del mundo adolescente, *Super Pop* dedica un pequeño espacio a la moda y la belleza con el reportaje **“Moda y belleza, un día de fiesta especial”**.

Si los contenidos sobre personajes famosos que se advierten en la portada no son suficiente reclamo para las lectoras, la publicación lleva a cabo otra estrategia muy habitual en las revistas juveniles femeninas, los obsequios. En este caso, el ejemplar nos regala dos colgantes junto al lema **“Para que siempre piense en tí”** y un **“Especial pósters”**, otro de los elementos distintivos de las publicaciones para adolescentes, entre los que se incluyen pósters de *Jonas Brothers*, *Justin Bieber* y *Selena Gómez*. De este modo, la revista pretende estrechar y reforzar el vínculo afectivo entre la lectora y los personajes famosos, ya que este recurso es frecuentemente empleado por las adolescentes para adornar espacios personales (paredes y puertas del dormitorio, taquillas...) y objetos de uso frecuente (carpetas, etc.), por lo que la joven puede estar en contacto “directo” y continuo con su ídolo. Esto explica también por qué los personajes que salen en las revistas suelen ser muy atractivos físicamente y, en muchas ocasiones, posar en las fotografías semivestidos o de forma sensual, ya que así el interés que despiertan en las lectoras y, por tanto, la dependencia de la revista para obtener más información e imágenes de dicho personaje es mayor.

El fondo de la portada es de color azul claro, lo que contrasta con la blancura de la camisa de Blanca y la palidez de los rostros de los dos actores de la imagen central. También se utilizan colores como el amarillo, el verde, al violeta y el rosa, lo que da como resultado un aspecto muy colorista, alegre y llamativo, que difícilmente pasa inadvertido a las posibles compradoras.

El lenguaje empleado es coloquial y abundan términos habituales de la jerga juvenil como **“líos”**, **“rollos”** o **“movidas”**. También se utilizan símbolos con el fin de enfatizar más el enunciado (“+”).

Título	Super Pop
Editorial	Publicaciones Ekdosis
Fundación	1977
Periodicidad	Quincenal
Precio	1,80€
Target	Adolescentes

Tabla 4

La portada de *Bravo* (tabla 5) está protagonizada por cuatro de los actores masculinos de la serie *“El Barco”* (*Mario Casas*, *Bernabé Fernández*, *Javier Hernández* y *David Seijo*) bajo el titular **“El Barco, la vida secreta de sus protas: así son fuera de la serie, lo que les gusta de la chicas, sus manías, sus pasiones, sus juergas más locas...”** y una pequeña ventana en la que nos adelantan fotos exclusivas de la serie y sus protagonistas. *Bravo* también nos avanza

algunas incógnitas de otras series televisivas dirigidas al público adolescente, como **“Los Protegidos. Desvelamos el misterio, ¿triunfará el amor?”**.

Alrededor de la imagen principal fotografías a menor tamaño de otros ídolos adolescentes, como **“Justin (Bieber) vive 48 horas con él + ¡Supersorteo! te llevamos a su concierne”** o **“¡Shhhhhh! Descubre lo que esconde Gerard Piqué”** (futbolista del F.C. Barcelona). La portada también nos adelanta otras secciones habituales de las revistas femeninas, como es el caso de los horóscopos (**“Extra horóscopos del amor, esta primavera te enamorarás”**) y la belleza (**“Especial belleza: ¿pelo liso o rizado? Trucos para explotar tu melena”**).

Esta publicación, al igual que la anterior, también nos obsequia con dos regalos: **“Super regalo, pulsera Talismán. 4 modelos a elegir: best friends, suerte, love y buen rollo”** y **“+ 4 pósters”** de Taylor Lautner, Miley Cyrus, Luis Fernández “el Culebra” y Selena Gómez.

El fondo de la portada es de color azul, aunque en menor medida están presentes todos los colores: el rojo, el amarillo, el blanco, el verde, el naranja, el fucsia y el malva.

El lenguaje empleado es coloquial y abundan expresiones de la jerga juvenil como **“protas”, “super”** o **“rollo”**. También aparecen algunos anglicismos como **“best friends”** o **“love”**, símbolos (“+”) y signos de exclamación para enfatizar el titular (**“¡Supersorteo!”**, **“¡Shhhhhh!”**).

Título	Bravo
Editorial	Heinrich Bauer
Fundación	1986
Periodicidad	Quincenal
Precio	1,80€
Target	Adolescentes

Tabla 5

La portada de *Star2* (tabla 6) está protagonizada por el montaje de dos imágenes de la protagonista de la serie infantil y preadolescente *“Patito feo”*, bajo el titular **“El final de “Patito feo”. Patito y Antonella cumplen sus sueños!!”**, en la que se aprecia un cambio sustancial en la estética del personaje. Acompañan a esta frase cuatro escenas extraídas del último episodio de la serie.

Otras imágenes de personajes famosos que salpican la portada son **“Justin (Bieber), sus poses le delatan”**; Miley Cyrus y **“Cómo acabará Hannah Montana”**; Sandra Fernández (protagonista de *“Los Protegidos”*) y **“El diario secreto de Chispitas** (personaje al que da vida en la serie)”; Mario Casas y Maxi Iglesias cuando eran pequeños, **“Mario, Maxi... Así eran de peques”**; y Gregg Sulkin, **“Nuevo Bombón en Disney!!”**.

También aparecen referencias a los proyectos profesionales de dos jóvenes cantantes: Selena Gómez, **“Voy a grabar un CD en español”** y Taylor Swift, **“¿Quieres conocerla?”**.

Star2 también nos obsequia con **“+8 posters!!”** de *Hannah Montana* y Luis Fernández “el Culebra” (*“Los Protegidos”*) entre otros.

El fondo de la portada es de color amarillo claro y abundan colores pálidos como el blanco, el celeste, el verde claro y el rosa, así como dibujos de nubes y estrellas, lo que unido a los personajes que en ella aparecen (*“Patito Feo”, Justin Bieber*) nos induce a pensar que esta publicación está dirigida a un público preadolescente.

El lenguaje empleado es coloquial, aunque no aparecen expresiones y términos de la jerga juvenil como en otras portadas analizadas, y desaparecen los anglicismos. Sí están presentes, en cambio, signos paralingüísticos para enfatizar los titulares, como signos de exclamación (*“Patito y Antonella cumplen sus sueños!!!”, “Nuevo bombón en Disney!!”*), diminutivos (*“peques”*) y símbolos (*“+”*).

Título	Star2
Editorial	Nomoan
Fundación	2006
Periodicidad	Mensual
Precio	2,20€
Target	Adolescentes y preadolescentes

Tabla 6

La portada de *Teens Stars* (tabla 7) está protagonizada por la actriz *Ashley Tisdale*, conocida por su papel de *Sharpey* en las tres entregas de la saga *“High School Musical”*, película musical de gran éxito entre el público infantil y preadolescente. Sobre esta imagen central reza el titular *“Sharpey, ¡vuelve a la carga! Nueva película a la vista”*. A ambos lados de esta fotografía apenas tres imágenes más. Los rostros de *Justin Bieber* y *Joe Jonas* en el centro de un corazón: *“Justin & Joe, dos chicos que arrasan”* y una fotografía de *Britney Spears*: *“Sigue brillando”*. En la esquina inferior izquierda sobre un corazón celeste *“Fotomanía, trucos para hacer fotos”*, haciendo referencia a un reportaje que sobre este tema podemos encontrar en el interior de la revista.

El fondo de la portada es de color blanco, lo que resalta el aspecto angelical de la protagonista de la imagen principal, *Ashley Tisdale*. En los titulares abundan los colores llamativos como el azul, distintos tonos de verde y el rosa. También salpican toda la portada dibujos de corazones en rojo y celeste. El resultado es una portada muy despejada y sobria, con cierto matiz infantil.

El lenguaje empleado es un lenguaje coloquial que rara vez usa los elementos paralingüísticos (*“¡Vuelve a la carga!”*) y símbolos (*“&”*). Tampoco hay anglicismos más allá del propio título de la revista: *Teens* (adolescentes) *Stars* (estrellas).

Título	Teens Stars
Editorial	Panini Revistas
Fundación	2010
Periodicidad	Mensual
Precio	2,95€
Target	Adolescentes y preadolescentes

Tabla 7

Si atendemos a la información proporcionada por los titulares de las revistas de la muestra, podemos presentar una exposición de cuáles son los temas más relevantes que vamos a encontrar en el interior de estos ejemplares y que las editoriales consideran más atractivos y significativos a la hora de atraer a las lectoras adolescentes (tabla 8).

Revistas	Ragazza	Nuevo Vale	SuperPop	Bravo	Star2	Teens Stars
Pers. famosos	X	X	X	X	X	X
Amor/Sexo	X	X	X	X		
Moda/Belleza	X	X	X			
Cine/Tv	X	X	X	X	X	X
Pósters			X	X	X	
Obsequios			X	X		
Concursos/Sorteos				X		
Otras secciones	X	X	X	X	X	X

Tabla 8

CONCLUSIONES.

Las portadas de las revistas juveniles femeninas se caracterizan por estar protagonizadas por ídolos adolescentes, pertenecientes al mundo de la música, el cine o la televisión. Aunque todas las publicaciones prestan un especial interés por estos personajes, *Ragazza* y *Nuevo Vale* también van a hacer hincapié en otros temas habituales de la prensa femenina como la belleza, la moda y el amor/sexo. En las restantes, la centralidad de la portada va a girar en torno a estos personajes famosos, no sólo a sus proyectos profesionales sino, también, a su vida privada.

En su diseño abundan una gran variedad de colores (rojos, rosas, azules, amarillos, etc.), tanto en el fondo como en los titulares, aunque las tonalidades van a variar dependiendo de la edad de la audiencia a la que vayan dirigidas (colores claros para aquellas publicaciones de lectoras más jóvenes) y de los contenidos a los que hagan referencia (colores fuertes y agresivos para los artículos de temática sexual). *Ragazza* y *Nuevo Vale* utilizan colores sobrios y neutros, como el negro y el fucsia. Sus portadas son despejadas y los titulares se distribuyen ordenadamente alrededor de la imagen principal. En cambio, en *Super Pop* y *Bravo* hay una explosión de colores de todas las tonalidades, lo que le confiere un aspecto muy excitante y llamativo, muy atractivo para las compradoras potenciales. La portada está salpicada de fotografías a menor tamaño de numerosos personajes populares que se superponen caprichosamente sobre la imagen central. En *Star2* y *Teens Stars* predominan el blanco y los colores claros y pálidos, lo que le adjudica cierto matiz infantil. En conjunto, el resultado son portadas muy cargadas de información, llamativas, alegres y coloristas que captan fácilmente la atención de las lectoras.

El vocabulario empleado en los titulares es, en general, coloquial, cargado de expresiones y términos habituales de la jerga juvenil, cercano y común al de las adolescentes a las que van dirigidas estas publicaciones, en las que se abusa de los anglicismos, símbolos, diminutivos y elementos paralingüísticos para dar mayor énfasis a las noticias. El propósito es empatizar con las lectoras, que éstas se sientan más afines a la revista. No obstante, *Nuevo Vale* y *Ragazza*, al estar dirigidas a un público de mayor edad, van a constituir la excepción, sustituyendo este lenguaje popular por otro más formal.

BIBLIOGRAFÍA

Cabello Fernando (1999): El mercado de revistas en España. Concentración informativa, Ariel Comunicación, Barcelona.

Menéndez, Isabel (2005): Entre Penélope y Mesalina: el discurso de las revistas para adolescentes, Coleutivi Milenta Mujeres, Oviedo.

Ciudad González, Agustín (2008): El universo icónico-simbólico en la prensa juvenil femenina, Editorial Fundamentos, Madrid.

Figueras, Mónica (2004): La imatge corporal en les revistes femenines. Secretaria General de la Joventut de la Generalitat de Catalunya, Barcelona.

Figueras, Mónica (2005): Premsa juvenil femenina i identitat corporal. Tesis doctoral. Universidad Pompeu Fabra, Barcelona.

Gallego, Juana (1990): Mujeres de papel. De ¡Hola! a Vogue: la prensa femenina en la actualidad, Editorial Icaria, Barcelona.

Menéndez, Isabel (2005): Entre Penélope y Mesalina: el discurso de las revistas para adolescentes, Coleutivi Milenta Mujeres, Oviedo.

Pendones de Pedro, Covadonga (1999): "Estrategias discursivas en las revistas femeninas", en Garrido Medina, Joaquín (editores): La lengua y los medios de comunicación (vols I y II) Universidad Complutense, Madrid (311-322).

Plaza, Juan (2005): Modelos de varón y mujer en las revistas femeninas para adolescentes. La representación de los famosos, Editorial Fundamentos, Madrid.

Vigara, Ana María (2004): "Género, sexo y discurso en las revistas juveniles", en Rodríguez, Félix (editores): Comunicación y cultura juvenil, Editorial Ariel, Barcelona (227-255).

Documentos electrónicos:

<http://www.aimc.es> (consultado el 25/4/11).

<http://www.bravoporti.com> (consultado el 25/4/11).

<http://www.ragazza.es> (consultado el 25/4/11).

<http://www.star2.es> (consultado el 25/4/11).

<http://www.superpop.es> (consultado el 25/4/11).

<http://www.tematicainfantil.com> (consultado el 25/4/11).