

Ahora las revistas pueden competir con la televisión



Hoy por hoy la Asociación de Revistas de Información (ARI) representa a la mayoría de revistas de con

La crisis no es algo que afecte sólo a los anunciantes y a los medios; es una recesión general.

El *e-book* es un avance notorio, pero hasta ahora no ha tenido pe

¿Qué objetivos se marca ARI en esta nueva etapa?

ARI busca hacerse más dinámica y útil. Lo que queremos es hacer notar que ARI es una asociación qu

¿Dentro de esos objetivos también se encuentra el de lograr que Hachette Filipacchi se una a la

Sí, ahora en ARI está representado el 80% del sector, y Hachette es el único grupo de revistas comerc

¿En esta situación de crisis qué es lo que ocurre con los anunciantes?

La crisis no es algo que afecte sólo a los anunciantes y a los medios; es una recesión general. Se trata

¿Hay alguna previsión de mejora respecto a la inversión publicitaria?

En 2011 han tenido lugar una serie de noticias que anunciaban mejoras, si bien éstas no se han producido.

¿Son compatibles medios impresos con Internet?

Son dos medios diferentes. Yo creo que Internet es un medio más y no sustituirá a otros, como ya sucede.

¿Podría ser el	e-book	una herramienta útil para los editores?
-----------------------	---------------	------------------------------------------------

El	e-book	es un avance notorio, pero hasta ahora no ha tenido peso.
----	--------	-----------------------------------------------------------

¿Qué futuro podemos augurar a las revistas?

Los editores de revistas, en todos los casos, somos creadores de contenido. Nuestra misión es ésta; crear contenido.

En la actualidad, ¿qué audiencia tiene ARI?

Hoy el 50% de la población española lee revistas. ARI cuenta con un 80% de las publicaciones de consumo.

¿Qué mensaje les podríamos dar a los anunciantes?

Pues quizás les diría que hoy por hoy la televisión está perdiendo efecto y cobertura. Las revistas son un medio que sigue creciendo.

Publicada en [Infoperiodistas](#)