

**Autor:** Javier Rodríguez Laíz

**Título:** Del papel couché al píxel: ochenta años de la revista ¡HOLA!

**Title:** *From Glossy Paper to Pixels: Eighty Years of ¡HOLA! Magazine*

**Director:** Leopoldo Abad Alcalá y Miguel Ángel de Santiago Mateos

**Lugar y fecha de lectura:** Universidad CEU San Pablo, 13 de mayo de 2025

**Tribunal:**

Presidente: José Francisco Serrano Oceja (Universidad CEU San Pablo)

Vocal: M<sup>a</sup> Carmen Llorente Barroso (Universidad Complutense de Madrid)

Vocal: Esther Martínez Pastor (Universidad Rey Juan Carlos)

Vocal: M<sup>a</sup> Teresa Torrecillas Lacave (Universidad Loyola de Andalucía)

Secretario: Ángel Bartolomé Muñoz de Luna (Universidad CEU San Pablo)

**Calificación:** Sobresaliente *cum laude*

**Resumen:** La presente investigación realiza un análisis formal y de contenido sobre la revista ¡HOLA! al cumplir 80 años. Ofrecer un estudio sobre la prensa femenina en España y las circunstancias del nacimiento del semanario. Narra la evolución de la revista hasta convertirse en un fenómeno editorial único a nivel mundial. El caso ¡HOLA! es relevante por haber sabido adaptarse a las diferentes circunstancias históricas y de modelo de negocio. Además, ha definido un tipo de periodismo típicamente español, las revistas del corazón, poco estudiado pese a su relevancia y éxito de audiencia. Se recurre al análisis mediante observación participante, entrevistas en profundidad, recursos inéditos y cuestionarios. Además, se analiza el contenido de las 4.160 portadas de la revista ¡HOLA! en 80 años. Se trata de determinar la relevancia de ¡HOLA! como medio de comunicación social en España y su capacidad de adaptación en su ya dilatada trayectoria.

**Palabras clave:** Revista ¡HOLA!; prensa femenina; revista del corazón; celebridades; portada; semanario; revistas impresas; hola.com.

**Abstract:** *This research conducts a formal and content analysis of ¡HOLA! magazine on the occasion of its 80th anniversary. It aims to offer a study on women's press in Spain and the circumstances surrounding the birth of the weekly publication. It describes the magazine's evolution into a unique global publishing phenomenon. The ¡HOLA! case is relevant due to its ability to adapt to changing historical contexts and business models. Moreover, it has defined a distinctly Spanish form of journalism –celebrity and society magazines– which, despite its popularity and audience success, has been little studied. The study uses methods such as participant observation, in-depth interviews, unpublished materials, and questionnaires. Additionally, it analyzes the content of ¡HOLA!'s 4,160 covers over 80 years. The goal is to determine the relevance of ¡HOLA! as a mass media outlet in Spain and its adaptability throughout its long trajectory.*

**Keywords:** *HOLA! Magazine; women's press; celebrity magazine; celebrities; cover; weekly publication; print magazines; hola.com.*

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-4032-5785>

**URL de consulta:** <https://hdl.handle.net/10637/10666>