

revista riojana de
ciencias sociales
y humanidades

BERCEO



159

ier

Instituto de Estudios Riojanos

BERCEO. REVISTA RIOJANA DE CIENCIAS
SOCIALES Y HUMANIDADES.
Nº 159, 2º Sem., 2010, Logroño (España).
P. 1-376, ISSN: 02 10-8550

LA PRENSA GRATUITA EN LOGROÑO (1975-2010)

AXEL CARDONA SUÁREZ*

RESUMEN

A lo largo de las tres últimas décadas han surgido en Logroño varios centenares de publicaciones gratuitas con diversidad de objetivos y contenidos, relacionados de forma directa con los intereses de las personas, empresas e instituciones que las han promovido. Estas publicaciones no han sido un fenómeno aislado en el contexto español sino todo lo contrario, han formado parte del proceso de transformación política, económica y social que ha vivido desde la transición democrática el conjunto de la sociedad y dentro de ella, los propios medios de información.

Palabras claves: Publicaciones gratuitas, periódicos, medios masivos, periodismo.

During the last three decades, hundreds of free publications with a wide diversity of objectives and contents have emerged in Logroño, influenced by individuals, organisations and institutions who have promoted them. These publications have not been an isolated incident in Spain, in fact they are just the opposite, as they have formed part of the political, economical and social development of Spanish society and media since the democratic transition.

Key words: Free publications, newspapers, mass media, journalism.

* Axel Cardona Suárez es Licenciado en Comunicación Social y Periodismo por la Universidad de Antioquia en Colombia, realizó el Programa Avanzado de Administración en Estrategia de Negocios ICAI-ICADE, Universidad Pontificia de Comillas, y recientemente ha obtenido el Diploma de Estudios Avanzados en Historia Contemporánea por la Universidad de La Rioja. Es miembro de la Junta Directiva de la Asociación de la Prensa de La Rioja, entidad con la que participó en la elaboración del estudio "El perfil de los periodistas en La Rioja". Ejerce su profesión en el campo de la comunicación publicitaria y colabora con diversos medios de comunicación en España y América Latina. Actualmente prepara su Tesis Doctoral sobre *La prensa gratuita en la Comunidad Autónoma de La Rioja*.

INTRODUCCIÓN

El presente artículo se centra en un grupo concreto de publicaciones gratuitas, que tienen en común el haber surgido como fruto de la iniciativa personal o empresarial en Logroño, con contenidos informativos y comerciales, que el lector recibe sin entregar dinero a cambio y cuya financiación es fruto de la venta de espacios publicitarios ya que su modelo de gestión tiene un claro ánimo de lucro, que las diferencia de las publicaciones institucionales, sectoriales, políticas, sindicales o empresariales que se han distribuido también en muchos casos, sin coste directo para el receptor.

El análisis de estas publicaciones gratuitas permite conocer sus características, la forma en que surgieron, la participación de periodistas en su realización, su papel como medios informativos y como fuentes documentales de la cultura, la economía, la política y la vida cotidiana de la ciudad y sus habitantes. Pero vislumbra además interrogantes para un análisis extenso y posterior, relacionados con el ejercicio de la profesión periodística, la independencia de los medios dada su realidad empresarial y, en especial, la situación de una sociedad cada vez con más información, pero con menor capacidad para entender lo que ella significa.

LA IMPLANTACIÓN DE LA PRENSA GRATUITA EN LOGROÑO

Gracias al Real Decreto de 1 de abril de 1977 se derogaron en España los artículos más restrictivos de la Ley de Prensa de 1966, proporcionando mayor libertad y seguridad jurídica a los medios y sus colaboradores, espíritu que el artículo 20 de la Constitución Española consagraría de forma definitiva en 1978. Sin embargo, ya a finales de 1975, tras la muerte del dictador Francisco Franco, “gran parte de la sociedad y la prensa empezó a comportarse como si las limitaciones a la libertad de expresión hubieran quedado abolidas”¹.

En ese ambiente de entusiasmo y cambio empezaron a surgir en diversos puntos de España publicaciones de pago y gratuitas de todos los formatos y perfiles: políticas, religiosas, académicas, institucionales y comerciales con espíritu empresarial. Son especialmente estas últimas, las que han tenido un fin informativo pero también un claro y lícito afán de lucro, las que interesan en este análisis, a pesar de la desaparición y el surgimiento de cabeceras de este tipo a lo largo de estas más de tres décadas.

La primera publicación que mejor responde a dicho perfil en Logroño en la década de los 70, fue la *Guía Inmobiliaria Iregua*. A pesar de que surgió en 1979 en la todavía Provincia de Logroño, consiguió adaptarse a las

1. SEOANE, María Cruz y SAIZ, María Dolores, *Cuatro siglos de periodismo en España. De los “avisos” a los periódicos digitales*, Madrid, Alianza Editorial, 2007, pp. 297-298.



Lám. 1. Portada de uno de los primeros números publicados de la Guía Inmobiliaria Iregua. 29 de septiembre de 1979.

necesidades de cada momento y mantenerse activa a pesar de los cambios de ciclo económico y de las innumerables publicaciones gratuitas que ha visto nacer y desaparecer. Aunque *Iregua* siempre ha contenido un importante número de páginas dedicadas a la publicidad inmobiliaria de la empresa editora, ya registraba desde sus inicios informaciones relacionadas con el acontecer de la ciudad y sus problemáticas: la estructura de la industria, la superficie y emplazamiento de las zonas verdes, el trazado de las calles, el saneamiento, el tráfico, el número de zonas peatonales, los centros comerciales, culturales, deportivos y educativos, entre muchos otros². Llama la atención que treinta años después algunos de estos asuntos siguen siendo objeto casi de idéntica y permanente información en ésta y otras publicaciones gratuitas y de pago existentes en la ciudad.

EL ESPOLÓN Y CUATRO CALLES LÍDERES EN LOS 80

En la década de los 80 vieron la luz nuevas publicaciones gratuitas con ánimo de lucro, entre las cuales destacaron por su repercusión y duración en el tiempo *El Espolón* y *Cuatro Calles*. Ambas tenían grandes parecidos tanto en su pequeño formato (120 mm por 155 mm), como en su impresión

2. *Guía Inmobiliaria Iregua*, Logroño, 6 de octubre de 1979.



Láms. 2 y 3. Portada del primer número de *El Espolón*, 6 al 12 de noviembre de 1982 y *Cuatro Calles*, 7 al 13 de abril de 1984.

a una tinta y su maquetación sencilla, con más ilustraciones que fotografías, comprensible si se tienen en cuenta las posibilidades técnicas de la época. Las similitudes entre ambas posiblemente no fueron sólo casualidad, ya que Javier Pascual Corral fue coordinador de contenidos en 1983 de *El Espolón* y al año siguiente fundador y director de la segunda, convirtiéndose *Cuatro Calles* en la primera publicación gratuita logroñesa de larga existencia durante esta época, con espíritu empresarial, orientada por un periodista profesional.

A pesar del ambiente democrático y de cambio que ya se vivía en España y en La Rioja misma, ninguna de estas publicaciones recogió informaciones de tipo político, ni sirvió de tribuna de debate para tratar asuntos que pudieran generar polémica, llegando incluso a carecer de una columna editorial, aunque por otra parte, sí incluyesen propaganda electoral.

Esa búsqueda de “neutralidad”, que ha sido una constante en casi todas las publicaciones gratuitas logroñesas en estas más de tres décadas, tiene su explicación: la dependencia exclusiva de la publicidad que les hace vulnerables a la respuesta de los anunciantes, bien públicos o privados, fácilmente conocidos y reconocidos en una ciudad pequeña como Logroño. Una autocensura que pone en entredicho la libertad de información y cuestiona algunas conductas del ejercicio del poder político y económico, además del periodístico, de absoluta vigencia en la actualidad.

LA CRISIS DE LOS 90 PASA FACTURA A LAS PUBLICACIONES GRATUITAS

Los primeros años de la década de los 90, con sus dificultades económicas, desaparición de empresas, destrucción de puestos de trabajo, disminución de la natalidad, envejecimiento de la población y estancamiento del poder adquisitivo en La Rioja también pasaron factura a las publicaciones gratuitas logroñesas que habían nacido con el entusiasmo y bonanza de la década anterior³. *El Espolón*, que fuera fundada en 1982 por José Ignacio Delgado Idarreta, se unió en 1991 al grupo catalán de publicaciones gratuitas *Cláxon*, filial en España de la editora británica UPN. Sin embargo su alianza terminó con el cierre definitivo de la edición logroñesa en 1993 y *Cuatro Calles*, su competidor más directo desaparecería también en 1995, tras una disminución de su periodicidad y haber elaborado en su última etapa sólo números especiales con contenidos y publicidad de áreas concretas como decoración, mobiliario y motor, entre otras.



Lám. 4. Portada de *Espartero*, junio de 2006.

Antes de concluir la década de los 90 ya habían surgido nuevas publicaciones gratuitas que intentaban llenar el espacio que había quedado en la capital riojana, llegando a manos de los ciudadanos las cabeceras *Espartero*, *Logroño Ocio* y *Calle Mayor*. Esta última destacó tanto por su cuidada producción (incorporando la impresión en rotativa aunque sin llegar a tener formato tabloide), así como por contar con periodistas, tanto en plantilla como colaboradores, que dieron un aire renovado y fresco a las publicaciones gratuitas conocidas en Logroño.

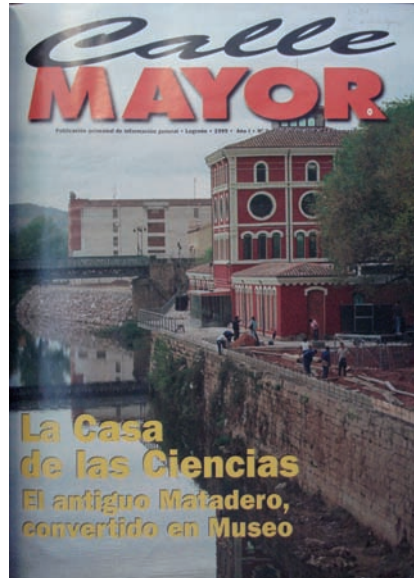
Con la llegada del nuevo siglo y el potente motor económico de la construcción a pleno rendimiento, florecieron diversidad de publicaciones gratuitas en España y también en Logroño, sobre todo al amparo de la

3. GÓMEZ URDAÑEZ, José Luis (director). *Empresarios. Trabajadores en La Rioja contemporánea. Historia de la FER*. Logroño, Federación de Empresarios de La Rioja, 2009, p. 24.

Tabla 1
Principales características de las publicaciones gratuitas analizadas que han existido en Logroño entre 1975 y 2010.

Publicación	Primer n° localizado	Último n° localizado	Periodicidad inicial	Primer director/a	Tirada (habitual)	Tipo de impresión (habitual)	Tipo de impresión (habitual)	N° de páginas
<i>Guía Inmobiliaria Iregua</i>	Septiembre de 1979	Marzo de 2010	Quincenal	Oscar Martínez Solozábal	10.000 ejemplares	Rotativa	Rotativa	32
<i>El Espolón</i>	Semana del 6 al 12 de noviembre de 1982	N° 404. Semana del 9 al 15 de febrero de 1991	Semanal	José Ignacio Delgado Idarreta	12.000 ejemplares	Offset	Offset	16
<i>Cuatro calles</i>	Del 7 al 13 de abril de 1984	N° 512. Diciembre de 1995	Semanal	Javier Pascual Corral	15.000 ejemplares	Offset	Offset	16
<i>Logroño Ocio</i>	Semana del 30 de septiembre al 1 de octubre de 1988	N° 28. Semana del 15 al 21 de abril de 1989	Semanal	Felipe Hernáez	10.000 ejemplares	Offset	Offset	20
<i>Espartero</i>	Diciembre de 1995	Diciembre de 2007	Mensual	Fernando Espiga	15.000 ejemplares	Offset	Offset	24
<i>Calle Mayor</i>	1 al 14 de mayo de 1999	Diciembre de 2003	Quincenal	Laura Malo	20.000 ejemplares	Offset y rotativa.	Offset y rotativa.	28
<i>Ventana de La Rioja/La Gaceta de la Información</i>	4 de abril de 2002	En 2009 continúa publicándose como <i>La Gaceta de la Información</i>	Semanal	Sin especificar	10.000 ejemplares	Rotativa	Rotativa	40
<i>Noticias de La Rioja</i>	3 de julio de 2006	En 2010 continúa publicándose	Lunes a viernes	Francisco Martín Losa	10.000 ejemplares	Rotativa	Rotativa	32
<i>ADN</i>	31 de agosto de 2006	N° 696. 21 de abril de 2009	Lunes a viernes	Albert Montagut	16.000 ejemplares	Rotativa	Rotativa	24
<i>Qué!</i>	27 de abril de 2009	En 2010 continúa publicándose	Lunes a viernes	Ana I. Pereda	16.000 ejemplares	Rotativa	Rotativa	24
<i>Gente en Logroño</i>	2005	En 2010 continúa publicándose	Viernes	Antonio Egidio	50.000 ejemplares	Rotativa	Rotativa	24

Fuente: publicaciones gratuitas. Elaboración propia.



Láms. 5 y 6. Portada del primer número de Logroño Ocio, 30 de septiembre al 7 de octubre de 1988 y de Calle Mayor, 30 de abril al 13 de mayo de 1999.



Lám. 7 y 8. Portada del primer número de Ventana Inmobiliaria, 4 al 10 de abril de 2002 y de GO! Guía del Ocio, diciembre de 2007.

publicidad de dicho sector. Aunque *Ventana Inmobiliaria* fue la de mayor relevancia excluyendo la *Guía Inmobiliaria Iregua*, también existieron otras de menor duración como *B&C* o *Buscar casa*.

Ventana Inmobiliaria, que nació de la unión de un grupo de constructoras e inmobiliarias, fue encomendada para su publicación a Gestión Riojana de Medios, empresa vinculada al Grupo Radio Rioja, lo que permitió a la publicación contar con información elaborada por periodistas de dicho medio radial. Así, *Ventana* combinaba un resumen de hechos de la semana anterior con páginas destinadas a anuncios inmobiliarios de sus propios fundadores. Su formato y estilo fueron similares a *Iregua*, que sirvió inicialmente de modelo para su realización y fue su por similitud, su competidora más fuerte. La desaceleración de dicho sector en 2008, llevaría sin embargo a *Ventana* a desaparecer, recogiendo su testigo el Grupo Radio Rioja bajo la cabecera *Gaceta de la Información*, que pasó poco tiempo después de la edición en papel a la digital.

También surgieron en el nuevo milenio diversidad de publicaciones gratuitas con visión de negocio como *GO! Guía de Ocio* y *Pan y circo*, novedosas por sus contenidos especializados en ocio y tiempo libre, ambas con formato bolsillo y una publicidad centrada en establecimientos de hostelería y restauración.

TRES NUEVAS CABECERAS CON TRES NUEVOS ESTILOS

Sin duda el 2006 fue un año destacado para la prensa gratuita logroñesa por la aparición de tres cabeceras: *Noticias de La Rioja*, *ADN La Rioja* y *Gente en Logroño*. La primera, fue el resultado de la transformación en gratuito del periódico de pago que llevaba el mismo nombre. Dirigido por el periodista Francisco Martín Losa y con una plantilla de informadores y colaboradores nunca vista hasta entonces en los gratuitos de Logroño, empezó a publicarse el 3 de julio de 2006 de lunes a viernes, periodicidad que luego cambiaría de martes a sábado, como se mantiene hasta el presente.

El segundo medio nacido en este período en Logroño, más exactamente el 31 de agosto de 2006, formaba parte de la red de gratuitos nacional *ADN*, en cuya dirección general estaba Albert Montagut y como delegado de la edición riojana el periodista Roberto Muro Orio. Aunque la cabecera pasaría a denominarse *Qué!* en varios puntos de España, entre ellos Logroño, a partir del 27 de abril de 2009, tanto el equipo humano como la gratuidad del medio y su publicación de lunes a viernes, no han sufrido modificaciones hasta la actualidad.

Ambos periódicos han supuesto una revolución por su periodicidad, hasta ahora nunca vista en la capital riojana en los medios escritos gratuitos. También por su elaboración a cargo de plantillas de profesionales del periodismo, por su diversidad de contenidos, a pesar de contar con un reducido número de páginas y por el acceso a la información que han proporcionado a muchos ciudadanos que han terminado habituándose a leer estas publicaciones.

El Grupo Gente realizó en 2006, dentro de su proceso de expansión, la apuesta por contar con una cabecera en la capital riojana. Nació así el 20 de mayo *Gente en Logroño*. La publicación, que contó con el periodista Antonio Egido como director, continúa publicándose en la actualidad todos los viernes, aunque su sistema de distribución en los buzones de las viviendas de la ciudad ha cambiado por el de dispensadores en comercios e instituciones.

DE LOS BUENOS PROPÓSITOS A LA REALIDAD COMERCIAL

En los editoriales o presentaciones iniciales de algunas de estas publicaciones gratuitas se evidenció el propósito que animaba a sus fundadores de conjugar la información y la publicidad. Así, el periodista Javier Pascual Corral manifestaba en el primer número de *Cuatro Calles* que “Informar y distraer los tranquilos ratos de ocio en el hogar será nuestro principal objetivo. Proporcionar un soporte eficaz y rentable a los mensajes comerciales de nuestros anunciantes, un reto apasionante”.⁴ Por su parte, *Logroño Ocio* adquirió voz propia en su primer número para decirle en tono familiar al lector “te contaré muchas cosas atractivas que desconoces y llenarán tus ratos de ocio haciéndotelos muy divertidos; porque tengo programas para todos los gustos: culturales para los amantes del medio, deportivos, gastronómicos, astrológicos, moda, decoración, espectáculos, etc., en fin, todo aquello que nuestro querido Logroño nos brinda semana a semana”.⁵ *Ventana inmobiliaria*, que luego se denominaría *Ventana de La Rioja* definió en un breve texto publicado en su número inicial que su objetivo sería “brindar información gratuita semanal inmobiliaria y urbanística de la capital riojana”.⁶ Por ello, no fue casualidad que la publicación suspendiera su aparición tras la ralentización que experimentó el sector de la construcción en 2008.⁷

El análisis de cada publicación permite observar la forma en que ese equilibrio entre publicidad e información que se transmitió en los primeros números fue transformándose en muchos casos, inclinando la balanza hacia la publicidad en detrimento de la información hasta llegar a convertir las últimas ediciones de cabeceras ya desaparecidas como *Logroño Ocio*, *Cuatro Calles* o *Pan y Circo* en publicaciones netamente de anuncios.

4. *Cuatro Calles*, Saludo del número 1, del 7 al 13 de abril de 1984.

5. *Logroño Ocio*, número 1, del 30 de septiembre al 7 de octubre de 1988.

6. *Ventana Inmobiliaria*, 4 de abril de 2002.

7. CARDONA SUÁREZ, Axel. “Evolución de las publicaciones inmobiliarias *Iregua* y *Ventana de La Rioja*”, en CAPELLÁN DE MIGUEL, Gonzalo y PÉREZ SERRANO, Julio (coordinadores), *Sociedad de masas, medios de comunicación y opinión pública*, Colección: Historia del Tiempo Presente, 4, Logroño, Gobierno de La Rioja, Instituto de Estudios Riojanos, 2008, Vol. II, pp. 455-491.

Las publicaciones gratuitas presentaron en las tres décadas aquí analizadas una notable evolución en su periodicidad, formato y soporte, pero especialmente en su estilo periodístico. Ello, sin duda, está ligado a la incorporación de licenciados en periodismo a sus plantillas y la tendencia mundial de publicar cabeceras gratuitas con notable similitud a los tradicionales diarios de pago, como lo demuestran *Noticias de La Rioja*, *Qué!* y *Gente Logroño* en el contexto geográfico que nos ocupa. En los números analizados de estos medios, muchos de los contenidos informativos tenían una extensión que en ocasiones no superaba entre 2 y 5 párrafos -por el reducido número de páginas de las publicaciones-, pero las noticias conservaban el protagonismo, en la mayoría de los casos, frente a los contenidos comerciales.

LA INFORMACIÓN LOCAL

La difusión de hechos relacionados con el acontecer en la ciudad, dejando en segundo término los relacionados con el resto de La Rioja es una constante en todas las publicaciones gratuitas de circulación masiva en Logroño en las tres últimas décadas. Informaciones sobre el Casco Antiguo de Logroño, los orígenes y evolución de la Universidad de La Rioja, el nacimiento de nuevas zonas urbanas, la apertura de centros comerciales en la capital, las decisiones de la administración local o regional, así como la oferta cultural y deportiva de la ciudad, aparecen prácticamente en todas las publicaciones analizadas. De esta forma despertaban un mayor interés en el público al que estaban dirigidas y confirmaron la necesaria proximidad de la noticia en los medios de carácter local para hacerse un hueco entre los ciudadanos. También han sido comunes a los gratuitos logroñeses los monográficos de verano, moda, motor, vivienda o decoración, entre otros, en los que la posibilidad de captar anunciantes de sectores específicos justificaban su aparición.

Por otra parte, año tras año, son un clásico los especiales dedicados a las fiestas locales y regionales de San Bernabé y San Mateo, respectivamente, en los que los contenidos y la forma de plasmarlos permanecen, sorprendentemente, casi inalterables: mensaje de las autoridades, programa de fiestas, programa taurino, entrevista a los vendimiadores de turno y los hermanos Urdiales (en el caso de los “sanmateos”), resumen sobre la historia de las fiestas y reseñas de los artistas, peñas o personalidades participantes en los eventos programados.

La información deportiva tuvo una especial relevancia en algunos medios gratuitos. Dentro de ellos cabe destacar la publicación en las páginas centrales de *El Espolón* de *El Forofo* (boletín del C.D. Logroñés), suplemento que fuera dirigido por Tomás Santos, quien años más tarde, en mayo de 2007, se convertiría en Alcalde de Logroño. La llegada del Logroñés a la primera división del fútbol profesional español impulsó este tipo de informaciones, dando cuenta de la visita de equipos como el F.C. Barcelona o el Real Madrid a la capital riojana. *Gente* y *Ventana de La Rioja* dieron



Láms. 9 y 10. Portada del primer número de la edición gratuita de Noticias de La Rioja, 3 de julio de 2006 y de ADN La Rioja, 31 de agosto de 2006.



Láms. 11 y 12. Portada del primer número de Qué!, 27 de abril de 2009 y de Gente en Logroño, del 20 al 26 de mayo de 2006.

también espacio a la información deportiva, cubriendo muchas otras disciplinas como el atletismo, el baloncesto, el voleibol o la pelota, gracias a los resultados conseguidos por la atleta Carlota Castrejana, el Club de Baloncesto Clavijo, el Voleibol Haro o el pelotari Augusto Ibáñez Sacristán, más conocido como “Titín”, entre otros. Estos protagonistas de la información deportiva, convertidos en orgullo regional, motivaron igualmente la publicación en *Noticias de La Rioja*, *ADN La Rioja* y *Qué!* de secciones deportivas, presentes en casi todas sus ediciones y complementadas con novedades de las competiciones nacionales o internacionales en diferentes disciplinas. La celebración de la Copa Davis en Logroño en marzo de 2010, supuso el mayor despliegue de la sección deportiva de los gratuitos logroñeses, que incluso dedicaron sus portadas a este evento de proyección internacional.

PROFESIONALIZACIÓN DE LOS GRATUITOS

La participación de licenciados en periodismo en la elaboración de contenidos informativos y en la orientación de estas publicaciones aumentó de forma progresiva durante las décadas analizadas. En un comienzo su redacción y dirección estuvo a cargo de sus fundadores, emprendedores que se atrevieron a conjugar su perfil empresarial con las letras, como Óscar Martínez Solozábal, Felipe Hernández o José Ignacio Delgado Idarreta. Javier Pascual Corral fue uno de los primeros periodistas vinculados a la prensa gratuita en la región durante este período al fundar y dirigir *Cuatro Calles*, pero la lista de informadores que han publicado sus artículos en éstos medios ha crecido de forma progresiva conforme han avanzado los años con nombres de profesionales como Roberto Muro Orio, Francisco Martín Losa, Antonio Egido, Lara Muga Urquiza, Nuria Sáenz Ojeda, John Perri, Gustavo Basurto Iglesias, Feli Agustín, Yerma Azofra, Bárbara Moreno, María Caro, José María Lánder, Helena Sánchez-Monge, Diego García, Laura Olave, Silvia González, Laura Cermeño, Ana Castellanos, Amaia Remírez de Ganuza, Álvaro Sánchez, María Abadía, Axel Cardona, Conchi Nieto, Elisa Ventoso y Andrés García de la Riva, entre otros.⁸ La incorporación o colaboración de estos profesionales permitió el desarrollo en algunos medios gratuitos de diversos géneros periodísticos como crónicas, reportajes y entrevistas, aunque el reducido número de páginas de estas publicaciones hizo que la extensión de sus textos fuesen en muchas ocasiones más corta que en la prensa diaria de pago, aunque con algunas excepciones como, por ejemplo, en temas centrales, ediciones especiales o monográficos dedicados a las fiestas locales y regionales, verano, moda, motor, vivienda o decoración, entre otros.

8. La *Guía de la Comunicación de La Rioja*, editada desde 1989 con carácter anual por la Asociación de la Prensa de La Rioja, recoge los nombres de las personas vinculadas a cada medio, incluidos los gratuitos, y se convierte en una interesante herramienta de consulta.



Lám. 13. Portada de Noticias de La Rioja con motivo de la celebración de la Copa Davis en Logroño, 6 de mayo de 2010.

También la evolución de otras áreas llegó a los gratuitos con la incorporación de profesionales en la fotografía como Óscar Solórzano, Clara Larrea, Ingrid Fernández de Juana o Nacho Torra y de diseñadores como Patricia Maine Degrave, Jesús Salazar Gutiérrez, Nuria Llorente Aguirre y Karina Rincón Fernández. Aunque la formación académica de algunos de estos profesionales del diseño se realizara en otros centros, hay que reconocer el papel de la Escuela de Artes de Logroño, cuya transformación en el año 2006 en Escuela de Arte y Superior de Diseño de La Rioja ha permitido la formación de este tipo de profesionales en la comunidad.

MÁS ALLÁ DE LAS FRONTERAS RIOJANAS

En cuanto a las secciones con información nacional e internacional, hay que destacar que fueron una novedad introducida en 2006 por *Noticias de La Rioja* y *ADN La Rioja*, ya que con anterioridad ningún otro medio gratuito en la ciudad contaba con secciones fijas para informar de lo que acontecía fuera de la región, ni disponía de los servicios de agencias de noticias que les suministraran textos e imágenes de este tipo. Esta “innovación” estuvo motivada por los orígenes de *Noticias* como diario de pago, en tanto que en *ADN* formaba parte de la configuración de todas las cabeceras de su grupo a escala nacional.

Los diversos artículos relacionados con la investigación de los atentados del 11 de marzo de 2004 en Madrid son sin duda los más destacados dentro de la cobertura nacional de ambos medios, así como la actualidad política y económica del país, en la que aparecen figuras como José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero, Mariano Rajoy, Emilio Botín, Francisco González, la familia real española, José María Entrecanales y la familia Koplowitz, entre otros. En el campo deportivo a escala nacional *Noticias de La Rioja*, *ADN* y *Qué!* recogieron los éxitos de Rafael Nadal, Pau Gasol, Fernando Alonso, Carlos Sainz, Gemma Mengual, Joan Llaneras, Raúl González y Fernando Torres, entre muchos otros.

En el contexto internacional los conflictos en Afganistán, Irak, Israel y Palestina, fueron motivo de multitud de páginas en *Noticias de La Rioja*, *ADN La Rioja* y *Qué!* Ingrid Betancourt, George Bush, Bin Laden, Nelson Mandela, Bill Clinton, Juan Pablo II, Benedicto XVI, Kofi Annan, Barack Obama son algunos de los protagonistas que han pasado por las páginas internacionales de ambos gratuitos durante el período analizado.

CULTURA Y OCIO

En cuanto a contenidos culturales se refiere, hay que señalar que han sido una constante en las publicaciones gratuitas que han existido en Logroño en el transcurso de las tres últimas décadas. Secciones como “Exposiciones y actos culturales” y “Cartelera cinematográfica” de *Logroño Ocio*, “Agenda” en *Iregua*, “Guía cultural” y “De cine” en *Cuatro Calles*, entre otros, han permitido a los lectores de la región conocer el abanico de posibilidades y participar en ellas. También algunos medios gratuitos han contado con colaboradores dedicados especialmente al arte y la cultura como Esther Novalgos Laso con su sección “Huellas” en *Cuatro Calles* y Daniela Carolina Reyes Marcos con “Arte y aparte” en *Iregua*. El pintor Eustaquio Uzqueda también ha sido colaborador de distintas publicaciones gratuitas como *Cuatro Calles* y *Gente en Logroño*, aunque sus columnas no se han restringido sólo al arte, sino que han abordado la historia, la actualidad y los personajes de La Rioja.

A este respecto es necesario aclarar que en el período analizado algunos medios gratuitos masivos en Logroño se dedicaron casi en exclusiva a la difusión de las actividades culturales y de ocio, como bien se puede apreciar en *GO! Guía del Ocio* o *Pan y circo*. De ahí que sus anunciantes hayan sido librerías, tiendas de discos, las administraciones local y regional, pero sobre todo, establecimientos de hostelería, por lo que este tipo de publicaciones, a diferencia de las demás, se distribuían especialmente en sitios dedicados al ocio y la restauración.

Los pasatiempos fueron otro espacio habitual en estos medios, como lo demuestra la publicación frecuente de crucigramas, sopas de letras, horóscopos, búsqueda de diferencias y jeroglíficos. También un espacio importante ocuparon en las publicaciones gratuitas analizadas las programaciones



Láms. 14 y 15. Portada de Noticias de La Rioja que recoge movimientos históricos en la Bolsa española y portada de Qué! con motivo de la victoria de la Selección Española de Fútbol en el Mundial de Sudáfrica, 11 de mayo y 12 de julio de 2010.

de los canales de televisión, el surgimiento de los cuales ha ido quedando registrado conforme han requerido más espacio los medios impresos para incluir la programación de los nuevos canales. Mientras que en el año 1982 en *El Espolón* sólo aparecía la programación de *Televisión Española*, en 1994 *Cuatro Calles* empezó a recoger la programación de televisiones nacientes como *Telecinco* y *Antena 3*. De este avance en los medios audiovisuales igualmente han sido reflejo publicaciones gratuitas posteriores editadas en Logroño, ya que *Ventana de La Rioja* incluyó en 2002 la programación de todas las cadenas nacionales a las que se sumó el nuevo canal *Cuatro*, así como las regionales (*TVR*, *Localia* y *Popular Televisión*). El semanario *Gente* también incluyó en sus contenidos en 2007, además de todas las anteriores cadenas, *La Sexta*, con señal abierta en todo el territorio español.

Firmas habituales en varias publicaciones gratuitas analizadas fueron las de Felipe Abad León (cronista oficial de La Rioja) y Jerónimo Jiménez (cronista oficial de Logroño),⁹ reconocidas figuras en la sociedad riojana que otorgaban seriedad y prestigio con sus columnas relacionadas con la historia

9. Las columnas de Felipe Abad León pueden encontrarse, especialmente, en los números iniciales de *Cuatro Calles* y *Logroño Ocio*, y las de Jerónimo Jiménez en *Iregua*.

de la región. Las publicaciones gratuitas también han dado cuenta del cambio de ciertos espacios culturales de la ciudad como sus salas de cine. En las ediciones de comienzos de la década de los 80, en *El Espolón* y *Logroño Ocio* se daba cuenta de la existencia de los cines Astoria, Diana, Duplex A, Duplex B, Moderno, Sahor y Avenida. En la década de los 90, *Iregua* y *Cuatro Calles* recogían la existencia sólo de los cines Golem, tras el paulatino cierre de todos los anteriores como resultado de la masificación de los reproductores de vídeo y de la televisión de pago. Para comienzos del nuevo siglo *Gente* y *Ventana de La Rioja* recogían el nuevo impulso del cine en la capital riojana, que contaba con los multicines Moderno, Golem (que luego pasaron a denominarse La Colmena, para finalmente desaparecer), Ábaco y Cines Berceo, integrados en centros de ocio y restauración.

EL FORMATO

El formato de las publicaciones gratuitas que han existido en Logroño en las tres últimas décadas ha estado ligado a las posibilidades técnicas de las empresas de impresión de La Rioja o comunidades limítrofes, ya que ninguna de estas cabeceras dispuso a lo largo de este período de equipos propios para la producción de sus ejemplares. De ahí el que se puedan establecer de forma general dos tipos de publicaciones por su formato: aquellas inferiores a los 250 mm por uno de sus lados y las que superaban dicha medida en su base o altura¹⁰.

En el tipo de medios que nos ocupa, el formato inferior a los 250 mm ha estado ligado a la producción en imprentas ubicadas en la mayoría de los casos en Logroño y que han utilizado principalmente el sistema offset¹¹. Publicaciones ya desaparecidas como *El Espolón*, *Claxon*, *Logroño Ocio*, *Cuatro Calles*, *Espartero*, *Pan y circo* o *Calle Mayor*, así como *GO! Guía de Ocio*, que hasta la fecha se publica, han sido producidas en este sistema y pueden clasificarse dentro de este formato. Las dimensiones más reducidas

10. En ambos casos se hace referencia a formato cerrado, es decir, el que se obtiene al medir sólo una página de la publicación.

11. La impresión Offset es un método de impresión en papel, o materiales similares, que consiste en aplicar una tinta, sobre una plancha metálica, compuesta de una aleación de aluminio. La plancha toma la tinta en las zonas donde hay un compuesto hidrófobo (también conocido como oleófilo), el resto de la plancha (zona hidrófila) se moja con agua para que repela la tinta; la imagen o el texto se trasfiere por presión a una mantilla de caucho, para pasarla, finalmente, al papel por presión. La prensa se denomina *offset* (del inglés: indirecto) porque el diseño se trasfiere de la plancha de impresión al rodillo de goma citado, antes de producir la impresión sobre el papel. Este término se generó por contraposición al sistema dominante anterior que fue la litografía, en el que la tinta pasaba directamente al papel. Es esta característica la que confiere una calidad excepcional a este tipo de impresión, puesto que el recubrimiento de caucho del rodillo de impresión es capaz de impregnar, con la tinta que lleva adherida, superficies con rugosidades o texturas irregulares. Obviamente, esto es debido a las propiedades elásticas del caucho que no presentan los rodillos metálicos.

en este grupo las han tenido *Pan y circo* así como *GO! Guía de Ocio*, con aproximadamente 105 mm de base por 150 mm de altura, en tanto que la de mayor dimensión ha sido *Calle Mayor*, con 210 mm de base por 290 mm de altura. Un tamaño intermedio, común a *Cuatro Calles* y *Espartero* ha sido el 170 mm de base por 240 mm de altura, con reducidos milímetros de diferencia en el caso de *Logroño Ocio*. Este formato de menos de 250 mm también se ha caracterizado por llevar una o dos grapas en el lomo, recomendable en este tipo de superficies impresas para mantener la organización y aportar solidez al conjunto de páginas que conforman la publicación.

Gráficas Ochoa ha sido una de las imprentas que más publicaciones gratuitas ha realizado a lo largo de este período, aunque también aparecen reflejados talleres gráficos como Cícero Industrias Gráficas y Gosal, entre otros talleres a los que los editores de los gratuitos confiaron sus medios de información y publicidad.

Tabla nº 2
Sistema de impresión, número de páginas y formato de las principales publicaciones gratuitas existentes en Logroño entre 1975 y 2010.

Publicación	Tipo de impresión habitual	Número habitual de páginas	Dimensiones habituales, formato cerrado (en mm)
<i>Iregua</i>	Rotativa	32	288 (ancho) 390 (alto)
<i>El Espolón</i>	Offset	16	170 (ancho) 240 (alto)
<i>Cuatro calles</i>	Offset	16	170 (ancho) 240 (alto)
<i>Logroño Ocio</i>	Offset	20	154 (ancho) 212 (alto)
<i>Espartero</i>	Offset	24	165 (ancho) 243 (alto)
<i>Calle Mayor</i>	Offset y rotativa	28	205 (ancho) 267 (alto)
<i>Ventana de La Rioja/ La Gaceta de la Información</i>	Rotativa	40	295 (ancho) 408 (alto)
<i>Noticias de La Rioja</i>	Rotativa	32	295 (ancho) 408 (alto)
<i>ADN/Qué!</i>	Rotativa	24	290 (ancho) 368 (alto)

Fuente: Los propios periódicos. Elaboración propia.

En cuanto a las publicaciones gratuitas con un formato superior por cualquiera de sus lados a los 250 mm, es necesario decir que salvo excepciones como *Iregua*, la mayoría de ellas surgieron en Logroño a partir del año 2000. Además de la tendencia internacional de utilizar en las publicaciones gratuitas un formato y papel similar al de la prensa de pago, la instalación en comunidades limítrofes a La Rioja de rotativas con tecnología punta pertenecientes a grupos de comunicación como Vocento, Zeta o Promecal, abrieron las puertas a sistemas de impresión con una atractiva relación calidad/precio/tiempo de producción al alcance de los medios gratuitos. *Iregua*, que en sus primeros números, publicados en 1979, había utilizado un formato de 270 mm de base por 405 mm de altura, fue uno de los primeros gratuitos de este período en Logroño en apostar por la impresión en rotativa, ajustándose a tamaños similares, según las posibilidades de las rotativas en los que fue impreso en los años siguientes. En esta tipología de “formato superior” el de menor tamaño llegó a ser *Gente en Logroño* con 250 mm de base por 336 mm de altura, seguido por *ADN La Rioja* con 290 mm por 368 mm para llegar a unas medidas uniformes en *Ventana de La Rioja*, *Noticias de La Rioja* y *Gaceta de la Información* con 295 mm de base por 408 mm de altura.

No es casualidad que muchas de las publicaciones gratuitas de Logroño aquí analizadas hayan sido producidas en imprentas tradicionales. Hay que tener en cuenta el auge de las empresas y talleres de artes gráficas en La Rioja en la década de los 70. Cercanía, rapidez y calidad convirtieron a las imprentas logroñesas en un aliado de cada una de las publicaciones gratuitas de la región. Por el contrario, el sistema de impresión en rotativa, contó en esta comunidad con un solo equipo dedicado en exclusiva a la impresión del *Diario La Rioja* hasta el año 2000, cuando su producción se trasladó a la nueva rotativa de Vocento en el País Vasco. De cualquier forma, tanto con pequeños como con grandes formatos, las publicaciones gratuitas logroñesas se esforzaron por mantener un diseño y estructura que los identificara, así como por cumplir su cita con los lectores y anunciantes, a los que no dudaron en transmitir las ventajas de su formato y del medio mismo.

LA PAGINACIÓN

Como proyectos empresariales que buscan su punto de equilibrio y rentabilidad, las publicaciones gratuitas han estado supeditadas a la cantidad y al tamaño de los anuncios publicados para definir su número de páginas. De ahí que en los primeros ejemplares analizados de este tipo de publicaciones haya sido habitual encontrar una paginación reducida que, conforme pasó el tiempo y algunos medios lograron una consolidación publicitaria, fueron incrementando sus páginas o realizando especiales en diverso material para intentar compensar la balanza entre gastos e ingresos.

Así, por ejemplo, en *Cuatro Calles* fueron constantes las 16 páginas en la mayoría de sus números, aunque algunas ediciones especiales como la

487, llegaron a tener 32 páginas. Quizás el caso más representativo en cuanto a incremento de páginas fue el de *Ventana de La Rioja* que a lo largo de sus seis años de existencia fue aumentando de forma progresiva sus 28 páginas hasta alcanzar las 48. La intensa actividad inmobiliaria de comienzos del siglo XXI, fruto de la cual nació la publicación, motivó el aumento de anuncios de dicho sector y, consecuentemente, del grosor de la misma para intentar mantener el equilibrio entre publicidad e información. *Iregua* también experimentó un incremento progresivo de páginas entre 1979 y 2008, pasando de las 12 iniciales a las 32, aunque a diferencia de *Ventana*, redujo de forma considerable los contenidos informativos en los últimos números consultados, algo que se explica por la necesidad de publicitar la cartera de inmuebles y servicios de la empresa editora como medio para intentar contrarrestar la caída del sector de la construcción.

Casos diferentes fueron el de *Logroño Ocio*, cuyo tamaño e impresión fue similar al de *Cuatro Calles* pero nunca logró incrementar las 20 páginas durante su año de existencia, así como el de *Pan y circo*, cuyo número de páginas fue decreciendo durante sus años de circulación hasta alcanzar los 16. Por otra parte, tanto *Gente* como *ADN La Rioja* y *Qué!* han permanecido en la mayoría de sus números con 24 páginas, mientras que *Noticias de La Rioja* ha contado de media con 32 páginas, aunque ha llegado a alcanzar en algunos números las 48.

Sin lugar a dudas, el avance tecnológico de principios del siglo XXI ha permitido a las publicaciones gratuitas una mejora significativa en su soporte impreso, tanto por la calidad de los mismos como por la posibilidad de incrementar el número de páginas sin ver especialmente afectados los tiempos de producción, como por la posibilidad de incluir parcial o totalmente color, sin que ello representara grandes sobrecostes. También el desarrollo de internet y su utilización para el envío de la información desde las redacciones a las imprentas o rotativas redujo los tiempos de producción y facilitó las labores de editores que se beneficiaron además de las mejoras en las carreteras y autovías para la puntual entrega de sus ediciones.

EL COLOR

La impresión a una sola tinta fue una constante en las publicaciones gratuitas logroñesas desde finales de la década de los 70 hasta principios de los 90. Ello se debió, en parte, a la maquinaria con la que contaban las imprentas de la región, pero especialmente a los altos costes que suponía una producción a todo color en aquella época.

Es así como *Iregua* publicó con tinta negra la totalidad de páginas de sus primeros números editados en 1979, *Cuatro Calles* utilizó habitualmente la tinta azul como color de la publicación, *Logroño Ocio* alternó sus ediciones entre el azul y el verde, en tanto que *El Espolón* prefirió el marrón para su número inicial, publicado en 1982, color que más adelante fue sustituido en sus ediciones por colores que permitían también un alto contraste con el papel blanco como el azul, el verde o el naranja. Ante la

dificultad para realizar ediciones a todo color, las publicaciones gratuitas de la época hicieron de aquella carencia casi una virtud y dieron un sentido al empleo de una tinta diferente en cada edición, porque como manifiesta Felipe Hernández “era una forma de marcar la diferencia con la edición anterior y con otras publicaciones así como para llamar la atención de los lectores y anunciantes”¹².

Se dieron, además, algunas novedades en el empleo del color en la década de los 80 como la introducción en *Iregua* del verde para la cabecera de la publicación, mientras que los demás textos e imágenes permanecieron en negro. También fue novedosa la publicación de la portada a todo color en algunas ediciones especiales de *Cuatro Calles* dedicadas a monográficos sobre decoración, belleza, verano o las tradicionales fiestas regionales, especiales que suponían en algunos casos un incremento de las medidas de la publicación, lo que las hacía aún más llamativas.

Aquellas publicaciones a una sola tinta tenían además una característica que no pasaba por alto para los impresores: el tipo de papel utilizado. Debido a los sistemas de impresión de la época era fundamental utilizar soportes con gran porosidad y gramaje que tuvieran una buena y rápida absorción de la tinta con el fin de evitar que los contenidos de unas páginas impregnara las otras, bien durante la impresión, el plegado o refilado de las mismas.

La llegada a La Rioja en la década de los 90 de sistemas de impresión offset más avanzados permitió a los editores de algunas publicaciones gratuitas mejorar la resolución de las imágenes, lo que supuso pasar del empleo de gráficos y viñetas de gran simplicidad a fotografías e ilustraciones que aportaban mayor riqueza a anuncios y artículos. Este avance en los sistemas de impresión permitió además a las publicaciones la utilización de papeles estucados de menor gramaje y mayor brillo que, en comparación con las ediciones anteriores, aportaban una sensación de modernidad y renovación, como se hizo evidente en *Cuatro Calles*. Las publicaciones gratuitas que como *Iregua* mantuvieron su impresión en gran formato, pudieron beneficiarse de las sucesivas mejoras introducidas en las rotativas, aunque no fue hasta comienzos del siglo XXI cuando la impresión en papel prensa pasó de unas pocas páginas a color al total despliegue cromático en el grueso de la publicación.

Publicaciones gratuitas como *El Espolón*, *Logroño Ocio* o *Cuatro Calles*, desaparecieron mucho antes del nuevo siglo y no llegaron a contar con una de sus ediciones impresas a todo color, hecho que sí sucedería con *Espartero*, fundada en 1995 y que hasta 2008 continuaba siendo publicada, aunque sólo coincidiendo con fiestas regionales o con suplementos puntuales dedicados a bodas, motor o decoración.

12. Entrevista realizada a Felipe Hernández, fundador de *Logroño Ocio*, el 1 julio de 2008.

La guía de Logroño
EL ESPOLÓN
SEMANARIO DE GUÍA Y RECLAMO
Núm. 26 — Semana del 30 Abril al 6 Mayo 1983

live 1 SABADO

¡Nuevas Aventuras!

Opel Corsa
Ingeniería alemana a su alcance.



Concesionario Oficial
tavesa
TAVESAS
Avda. de Burgos, 36-38 LOGROÑO

VIDEO LOGROÑO Y **VIDEO CASA MADRIGAL**
Avda. Portugal, 28 (1st. Dcha.) LOGROÑO Avda. S. Thos. 31130
• Cambio de película devuelto por 1.500 pts. más 5.000 ptas. VHS, BETA, UCR - 2.000

VBARD VIDEO CLUB
Dra. Castellanos, 30
Telf. 240667 - Logroño

MODA EN BOLSILLO **PIET** moda primavera

Dra. Castellanos, 17 (Pasad.)
Telf. 234072 LOGROÑO

La guía de Logroño
EL ESPOLÓN
SEMANARIO DE GUÍA Y RECLAMO
Núm. 19 — Semana del 12 al 18 de Marzo de 1983

live 1 SABADO

Opel Rekord '83



La belleza clásica perfeccionada por el viento.

Concesionario Oficial
tavesa
TAVESAS
Avda. de Burgos, 36-38 LOGROÑO

VIDEO LOGROÑO Y **VIDEO CASA MADRIGAL**
Avda. Portugal, 28 (1st. Dcha.) LOGROÑO Avda. S. Thos. 31130
• Cambio de película devuelto por 1.500 pts. más 5.000 ptas. VHS, BETA, UCR - 2.000

JOYERIA GRAVALOS
RELOJERIA PLATERIA DE REGALO
Avda. S. Thos. 21 Telf. 231818

MODA EN BOLSILLO **PIET** moda primavera

Dra. Castellanos, 17 (Pasad.)
Telf. 234072 LOGROÑO

La guía de Logroño
EL ESPOLÓN
SEMANARIO DE GUÍA Y RECLAMO
Núm. 23 — Semana del 9 al 15 de Abril 1983

live 1 SABADO

¡Nuevas Aventuras!

Opel Corsa
Ingeniería alemana a su alcance.



Concesionario Oficial
tavesa
TAVESAS
Avda. de Burgos, 36-38 LOGROÑO

VIDEO LOGROÑO Y **VIDEO CASA MADRIGAL**
Avda. Portugal, 28 (1st. Dcha.) LOGROÑO Avda. S. Thos. 31130
• Cambio de película devuelto por 1.500 pts. más 5.000 ptas. VHS, BETA, UCR - 2.000

VBARD VIDEO CLUB
Dra. Castellanos, 30
Telf. 240667 - Logroño

MODA EN BOLSILLO **PIET** moda primavera

Dra. Castellanos, 17 (Pasad.)
Telf. 234072 LOGROÑO

La guía de Logroño
EL ESPOLÓN
SEMANARIO DE GUÍA Y RECLAMO
Núm. 59 — Semana 17 al 23 Diciembre 1983

¡Nuevas Aventuras!



REGALOS PARA NAVIDAD



OPTICA JUANES
Fuentes, 3
Teléfono 23.37.30

Láms. 16 a 19. Portadas de El Espolón correspondientes a sus ediciones número 16, 19, 23 y 59 de 1983, que permiten apreciar la utilización del color de la tinta como medio de diferenciación entre sus propios números, así como el posterior uso de la cuatricromía.

Como ya se ha vislumbrado, la primera década del siglo XXI supuso un momento importante para las publicaciones que aquí se analizan en cuanto a las posibilidades de empleo del color. La adquisición de equipos de impresión de alta tecnología por parte de imprentas riojanas, así como de rotativas ubicadas en comunidades limítrofes pero con capacidad para entregar sus pedidos en la zona, hicieron que las publicaciones existentes y las que fueron naciendo, aprovecharan todas las posibilidades de una producción en cuatricromía, además de un tratamiento de la imagen de forma digital. *Espartero*, *Calle Mayor*, *Go! Guía de Ocio* o *Pan y circo*, entre otras, aprovecharon los sistemas de impresión directo a plancha con los que contaban varias imprentas en la región y que reducían de forma considerable los costes, para producir sus ejemplares a todo color.

En las publicaciones producidas en rotativas como *Iregua* y las que nacieron con el siglo XXI como *Ventana de La Rioja*, *Gente*, *ADN*, *Qué!* o *Noticias de La Rioja*, el empleo del color en la mayoría de las páginas de las mismas se extendió de forma generalizada, aunque en *Noticias* seguía dándose en 2009 una combinación de páginas a color y en negro justificada por su carácter diario y el ahorro que ello representaba. El elevado coste de la tecnología para imprimir este tipo de publicaciones hizo que las grandes rotativas se instalaran en puntos geográficos estratégicos que facilitarían la distribución de las publicaciones. Ello explica que la impresión de las publicaciones gratuitas logroñesas que utilizaban rotativas se hiciera bien en Castilla y León, País Vasco, Navarra o incluso, Cataluña.

No cabe duda que el auge del sector inmobiliario así como el crecimiento económico de estos primeros años del siglo XXI en La Rioja y en concreto en Logroño, resultaron fundamentales para el nacimiento de gran número de publicaciones gratuitas que apostaron por la calidad en su edición, en las que el color fue un aspecto destacado, que conjugaron con otros factores como el papel, el acabado, el diseño y hasta los contenidos para intentar captar a lectores y anunciantes.

EL DISEÑO

Las publicaciones gratuitas logroñesas de las tres últimas décadas permiten conocer la evolución de los medios técnicos que para la maquetación y diseño tenían sus editores y analizar cómo dichas herramientas influyeron en el resultado final de sus distintos números. Un conocimiento que también permite vislumbrar en cierta medida la forma de trabajo de diversas agencias de publicidad, ya que varias publicaciones gratuitas de la ciudad como *Cuatro Calles*, *Logroño Ocio* y *Espartero* estuvieron ligadas a este tipo de empresas como Nueva Imagen, Publifiel o Esperartero Publicidad, respectivamente¹³.

13. Así quedó recogido en los créditos de dichas publicaciones, en las que las agencias de publicidad tenían una participación o realizaban labores concretas de diseño

A finales de la década de los 70 y comienzos de los 80 la maquetación de una publicación era un trabajo casi artesanal. Como recuerda Óscar Martínez Solozábal “escribíamos los textos a máquina, los recortábamos y pegábamos sobre unas planchas en las que ya teníamos unas guías y cuando titulares, textos e imágenes estaban en su sitio, los llevábamos a una máquina que les hacía una fotografía que captaba todo aquel trabajo de cortar y pegar, pero disimulaba las uniones de aquel puzzle”¹⁴. El bisturí para papel, las mesas de montaje retroiluminadas, las retículas con líneas guías para el montaje, el pegamento, las máquinas de escribir y la letra C, fueron las herramientas básicas para el diseño de estas publicaciones en un primer momento. A mediados de los 80 aparecieron las máquinas para composición de textos, algo más avanzadas que las máquinas de escribir pero sin llegar a ser ordenadores, que permitieron una más fácil organización de los mismos con diferentes tamaños y tipos de letra. *El Espolón*, *Logroño Ocio* y *Cuatro Calles* fueron maquetados con esta técnica durante buena parte de sus ejemplares.

La dispendiosa labor de manipulación y encaje de textos requería de la destreza de los técnicos en artes gráficas y diseñadores (autodidactas en la mayoría de los casos), que diseñaban plantillas estándar para una, dos o tres columnas, o para secciones fijas como televisión, cine o entretenimiento¹⁵, alternativa que les facilitaba el trabajo de montaje y ayudaba a reducir las horas dedicadas a esta labor. Las tipografías utilizadas en aquellas publicaciones eran reducidas, limitándose al empleo de las familias Times, Courier o Arial, principalmente. De la misma manera, la fotografía fue un recurso poco utilizado, como se explicó anteriormente, tanto por las limitaciones a la hora de impresión, como por el coste añadido que suponía su realización ya que en aquella época ni mucho menos existían la fotografía digital y los bancos de imágenes como se extendieron a partir del siglo XXI. De ahí que la ilustración con líneas muy definidas (que facilitarían su reproducción y comprensión), fuera la nota predominante.

Cuatro Calles es un buen reflejo de la transición de la maquetación manual a la progresiva utilización de máquinas y ordenador en estas labores, aunque fuera con programas complejos para el usuario y cuyas posibilidades eran aún muy limitadas. Su estructura estaba planteada a tres columnas, que podían reducirse en algunas páginas a una o dos, de acuerdo con el contenido y las necesidades de los anunciantes. Asimismo, entre 1984 y 1995 se aprecia la progresiva introducción de la fotografía en esta

o bien de comercialización, aprovechando su contacto con algunos anunciantes locales o regionales a los que realizaban su publicidad.

14. Entrevista con Óscar Martínez Solozábal, fundador, director y propietario de la publicación gratuita *Iregua*, realizada el 15 de mayo de 2006.

15. Este tipo de secciones fueron publicadas en *El Espolón*, *Logroño Ocio* y *Cuatro Calles* y en cada uno de los gratuitos puede observarse la uniformidad de diseño empleado para las mismas.

publicación periódica gratuita, que va sustituyendo a los dibujos o gráficos que acompañaban tanto anuncios como artículos informativos.

Fue sólo en la década de los 90 cuando se introdujeron en Logroño los ordenadores para la maquetación y el diseño de publicaciones, novedad de la que se beneficiaron publicaciones como *Iregua* y *Espartero*. Programas informáticos bien para diseño o para edición de publicaciones como Quark, Corel, Freehand, empezaron a ser más comunes entre los encargados de la maquetación de las publicaciones. Estos a su vez pasaron de ser autodidactas a tener una formación específica en diseño gráfico, bellas artes, publicidad o periodismo. La Escuela de Arte de Logroño jugó un importante papel en la formación artística de personas que participaron de forma activa o colaboraron en el diseño de estas publicaciones, consolidándose como cantera de diseñadores gráficos. La institución, fundada en 1887, introdujo desde 1963 la enseñanza reglada, en 1973 implantó la especialidad de Decoración, en 1990 inició el Bachillerato en Artes y desde 1996 ha impartido Ciclos de Grado Medio y Superior ligados al mundo de la Autoedición, del Diseño Gráfico, Interiores y de Cerámica Artística¹⁶.

Con más y mejores recursos técnicos y humanos las publicaciones fundadas a principios del siglo XXI como *GO! Guía del Ocio*, *Ventana*, *ADN* o *Noticias de La Rioja*, entre otras, tuvieron mayor versatilidad en el diseño y posibilidades de rápida modificación de la que adolecieron sus predecesoras. La influencia y posibilidad de comparar su trabajo con el de otras publicaciones similares existentes en otros puntos de España e incluso del mundo, les aportó además a los responsables de estas publicaciones en el nuevo siglo, diversidad de ideas para un mejor aprovechamiento del espacio y el color, así como una maquetación que permitía captar aún más la atención del lector.

LA DISTRIBUCIÓN

Las publicaciones gratuitas que han existido en Logroño en el período estudiado, han utilizado diversos canales para llegar a los lectores. La introducción de un ejemplar en el buzón de cada vivienda (conocido como buzoneo), la distribución en establecimientos comerciales y de hostelería, el reparto en mano en la vía pública, la ubicación de dispensadores en instituciones y hasta la entrega en los quioscos de prensa, han sido los principales métodos utilizados por estos medios.

16. Información obtenida el 15 de enero de 2009 de la página oficial de la institución en Internet www.easd-design.com. En el curso 2010-2011 la oferta educativa de la Escuela de Arte y Superior de Diseño ha sido modificada por la implantación de los planes de estudio correspondientes a las Enseñanzas Artísticas de Grado en Diseño, con cuatro especialidades: Diseño Gráfico, Diseño de Interiores, Diseño de Productos y Diseño de Moda, y se extinguen las enseñanzas de Autoedición y de Cerámica Artística (información facilitada en el centro el 31 de marzo de 2010).

De ellos, el buzoneo es quizás el que mayor número de publicaciones utilizó, tanto por el coste reducido de distribución como por la garantía de llegar a los lectores, aunque con el inconveniente del elevado número de ejemplares necesarios para cubrir el mayor número de viviendas, por lo que habitualmente fue combinado con otros sistemas de distribución. Fue el caso de *Cuatro Calles* que inició su distribución en todos los domicilios de la ciudad, aunque llegó a incorporar el reparto en quioscos como una manera de facilitar el acceso a las personas que vivían en los extrarradios o que por algún motivo no recibían la publicación, en cuyo caso el pago por el ejemplar era para el distribuidor¹⁷. Además, la publicación sumó a su sistema de distribución los establecimientos de la Cooperativa San Mateo, un anunciante frecuente durante un buen número de ediciones y, según consta en la misma publicación, en sus últimos años se distribuyó en quioscos y 250 establecimientos de alimentación, aunque no se especifica si eran o no los de la Cooperativa San Mateo. *El Espolón*, que se distribuyó en buzones también llegó a entregarse en mano en el campo de fútbol dada la inclusión en sus páginas centrales de *El fororo*, un cuadernillo centrado en el fútbol local que más adelante fue sustituido por artículos concretos alusivos al Logroñés. Además de estos ejemplos de las décadas de los 80 y 90, ya en el siglo XXI, *Gente* se caracterizó en sus primeros años por su distribución todos los viernes en los buzones de las viviendas de la capital riojana. Este reparto de 40.000 ejemplares, certificados por la Oficina de Control de la Difusión, fue el principal argumento utilizado por el medio para demostrar ante los anunciantes su valía como vehículo publicitario, aunque luego cambiara al sistema de dispensadores ubicados en los principales comercios e instituciones.

La distribución en establecimientos comerciales fue un medio utilizado por publicaciones gratuitas como *Logroño Ocio*, *GO! Guía de Ocio*, *Pan y circo* y *Calle Mayor*, aunque de forma esporádica otros medios también recurrieron a ella, como fue el caso de *Iregua*. La ventaja de este sistema radicaba en que el medio estaba al alcance de los ciudadanos en establecimientos de alta afluencia, sobre todo bares y cafeterías, al tiempo que facilitaba la comercialización publicitaria del mismo entre comerciantes y hosteleros que podían comprobar la acogida y efectividad de dicho medio entre los clientes de su local. Gran Vía, Avenida la Paz, Vara de Rey, Portales y otras calles de actividad comercial del Casco Antiguo fueron en este sentido las zonas de mayor interés para las empresas editoras¹⁸.

La distribución de publicaciones gratuitas en quioscos de prensa como ocurre en Logroño es un hecho poco habitual en otros puntos de España, donde dichos establecimientos han estado reservados de forma exclusiva

17. Entrevista con Javier Pascual Corral, fundador de *Cuatro Calles*, realizada el 2 de julio de 2008.

18. Entrevista realizada el 13 de abril de 2009 a Raúl García, responsable de Buzón Rioja, empresa logroñesa dedicado a la distribución de publicidad y publicaciones.

para los medios de pago¹⁹. Sin embargo, *Iregua* llegó a un acuerdo con muchos vendedores de prensa de la ciudad desde comienzos de la década de los 80 que consistió en que la empresa editora pagaba un importe por el número de ejemplares dejados al vendedor de cada quiosco y estos se encargaban de entregarlo a sus clientes de forma gratuita²⁰. Así, Inmobiliaria Iregua garantizaba la difusión de su publicidad y los vendedores de prensa recibían un importe por su distribución al contrario de por una venta, como ocurría con los medios de pago. El esquema, que no varió durante todo el período analizado, fue elegido por *Ventana de La Rioja*, un medio con marcado carácter empresarial y sectorial como permitiría vislumbrar su nombre inicial de *Ventana Inmobiliaria* y que nació de la inconformidad de varias empresas del sector con el tratamiento informativo y publicitario recibido por el Diario *La Rioja*²¹.

El antiguo sistema de distribución de prensa por medio de repartidores en la vía pública, como había ocurrido con la prensa de pago hasta finales de la década de los 70, revivió en muchas ciudades españolas a comienzos del siglo XXI de la mano de publicaciones gratuitas, por lo general de distribución entre lunes y viernes. Logroño no fue la excepción y la tendencia resurgió con los gratuitos *Noticias de La Rioja* y *ADN La Rioja*. Uniformados con cazadoras rojas y grises, según el gratuito, y con el nombre de cada medio serigrafiado en la tela, los repartidores de prensa con su fajo de periódicos debajo del brazo volvieron a ser habituales entre las 8:00 y las 9:30 de la mañana en vías logroñesas de alta circulación de peatones como Gran Vía, Vara de Rey, Avenida La Paz o el Paseo del Espolón. En esta ocasión la principal diferencia estaba en que estas personas no recibían dinero de los lectores a cambio de los ejemplares. Tanto *Noticias de La Rioja* como *ADN La Rioja* y *Qué!* instalaron además pequeños dispensadores metálicos en las inmediaciones de instituciones estratégicas como el Ayuntamiento de Logroño, el Hospital San Millán, el Mercado de Abastos o la Universidad de La Rioja, donde el flujo diario de lectores estaba garantizado.

Las informaciones recopiladas de las publicaciones aquí analizadas permiten inferir que el sistema de reparto en buzones de viviendas ha sido el que ha requerido el mayor número de ejemplares impresos de cada edición para cumplir con sus objetivos de distribución. A continuación podría situarse la entrega en mano combinada con dispensadores, para

19. La sola distribución de publicaciones gratuitas en las inmediaciones de quioscos de prensa en ciudades como Madrid y Barcelona, generó a comienzos de 2004 grandes polémicas, que llevaron a la publicación por parte de los respectivos ayuntamientos de ordenanzas específicas para la distribución de gratuitos. A tenor de ellas, muchas otras ciudades realizaron lo propio, entre ellas, Logroño.

20. Entrevista con Óscar Martínez Solozábal, fundador, director y propietario de la publicación gratuita *Iregua*, realizada el 15 de mayo de 2006.

21. Entrevista con Juan Cruz, consejero delegado y uno de los fundadores de *Ventana de La Rioja* realizada el 16 de mayo de 2006.



Lám. 20. Uno de los indicadores de la circulación de las publicaciones gratuitas son sus dispensadores, vacíos a las pocas horas de ser depositados en ellos sus respectivos ejemplares.

concluir con la distribución en quioscos o establecimientos comerciales. Esta información no puede ser exacta debido a que sólo *El Espolón*, *GO! Guía del Ocio* y *Gente* han contado con la certificación de Información y Control de Publicaciones, antes llamada Oficina de Justificación de la Difusión²² (OJD), organismo que a escala nacional garantiza a anunciantes, lectores e inversores el número de ejemplares publicados por un medio²³.

LA PERIODICIDAD

Como explica Francisco Martín Losa “a diferencia de la prensa de pago que recibe entre otros, los ingresos por la publicidad y la venta de sus ejemplares, los periódicos gratuitos tienen que sobrevivir exclusivamente con sus ingresos por publicidad, lo que determina todo, desde la calidad

22. Para más información sobre este organismo puede consultarse su página web www.ojd.es, en la que puede encontrarse además el servicio Publicaciones Gratuitas Distribuibles (PDG).

23. El auge de nuevos medios llevó a dicha entidad a crear registros específicos para soportes electrónicos (OJD Interactiva) y para publicaciones gratuitas (PDG), ya que hasta finales del siglo XX todos estaban aglutinados en un mismo registro denominado OJD.

del papel hasta el tamaño de su estructura y, por supuesto, su frecuencia²⁴. Este último aspecto ayuda a comprender, ente otras características de los gratuitos su periodicidad, ya que es necesario el ingreso para cada número de recursos económicos suficientes para sufragar no sólo los gastos de personal, sino también los equipos, la producción y la distribución. De ahí que en el contexto de una ciudad como Logroño se pueda entender que durante las tres décadas aquí analizadas la periodicidad semanal haya sido la más habitual en las publicaciones gratuitas. *El Espolón*, *Logroño Ocio*, *Cuatro calles*, *Ventana de La Rioja*, *Gaceta de la Información* y *Gente* son algunas de las que tuvieron esta frecuencia y cuyas fechas de existencia abarcan casi las tres décadas analizadas, lo que permite entrever la pertinencia o, al menos, la vigencia que ha cobrado el carácter semanal durante estas décadas.

Una mayor frecuencia tuvo *Iregua*, que durante estas tres décadas y a pesar de sus suspensiones, conservó su carácter quincenal. También nació como publicación quincenal *Calle Mayor* aunque en sus últimos números se incorporaría al grupo de las publicaciones gratuitas mensuales, de las que han formado parte *Espartero*, *GO! Guía de Ocio* y *Pan y circo*.

La publicación de medios gratuitos durante varios días a la semana fue una novedad que llegó a Logroño en el siglo XXI, ya que hasta 2006 esta frecuencia sólo había sido utilizada por la prensa de pago. *Noticias de La Rioja*, que nació como medio de pago, continuó con una periodicidad casi diaria al transformarse en gratuito (excepto domingos y lunes), dos días estos que su director consideraba de menor nivel de lectura de prensa y mayor complejidad para la distribución de un gratuito²⁵. Por su parte, *ADN La Rioja* mantuvo la línea de las demás cabeceras *ADN* en toda España por lo que su publicación fue diaria de lunes a viernes, una característica en la que influyó la competencia con otras cabeceras gratuitas nacionales como *Metro*, *20 Minutos* y *Qué!* cuya distribución masiva se realizaba principalmente los días laborables entre semana a través de las redes de metro de las grandes ciudades donde estaban presentes.

Dos aspectos deben resaltarse en este apartado antes de finalizar: cambios de frecuencias y suspensión de las publicaciones en períodos concretos. En cuanto al primero, se hace evidente al analizar algunas publicaciones que debieron reducir la periodicidad de sus ediciones por motivos económicos ante la caída de ingresos por publicidad. Así, por ejemplo, *Cuatro Calles* mantuvo su periodicidad semanal de forma constante durante casi una década. Sin embargo, en sus últimos números se evidenció la decadencia del medio por la distancia en la aparición de sus ediciones, que llegó a ser de hasta cuatro meses, como se observa

24. Entrevista realizada el 16 de marzo de 2009 a Francisco Martín Losa, director del gratuito *Noticias de La Rioja* y ex director de *Nueva Rioja*, posteriormente diario *La Rioja*.

25. *Ibidem*.

en sus números 511 y 512, de septiembre y diciembre de 1995, respectivamente. También sucedería algo similar con *Calle Mayor*, cuya periodicidad pasó de quincenal a mensual en sus últimas ediciones. Por otra parte, fue normal en las publicaciones gratuitas logroñesas analizadas la interrupción de sus ediciones durante la temporada estival, generalmente en la segunda y tercera quincena de agosto, cuando la mayoría de la población se encontraba de vacaciones fuera de la ciudad y el número de habitantes y anunciantes disminuía de forma considerable. Este “descanso” o “pausa”, como lo denominaban los medios en sus portadas, era anunciado en las ediciones previas y servía, en algunos casos, como en *Iregua*, para hacer cambios en el diseño y presentar una imagen renovada al retomar su publicación.

INTERNET

Aunque varias publicaciones aquí analizadas no llegaron a convivir con Internet, porque la red no era de acceso público en esos momentos, es necesario abordar el uso que de esta herramienta pudieron hacer otros medios gratuitos en Logroño.

Es así como las crecientes posibilidades de acceso de los ciudadanos a Internet a finales del siglo XX e inicios del XXI, permitieron que algunas publicaciones gratuitas existentes en dicho momento en Logroño como *Iregua*, *Gente o GO! Guía del Ocio*, contaran con sus páginas web²⁶ en las que se podían consultar sus ediciones, generalmente en versión pdf. Sin embargo, otros medios impresos gratuitos como *Pan y circo* o *Noticias de La Rioja* no llegaron, al menos durante el período comprendido en este análisis, a contar con una página web que permitiera acceder a sus contenidos.

La publicación de *ADN La Rioja*, como parte de un gran proyecto editorial a escala nacional, contó más que con una página web (www.adn.es y www.diarioadn.com) con un verdadero portal informativo. En él, además de poderse descargar el pdf de cada edición local, se encontraba información actualizada varias veces al día y con múltiples recursos adicionales como audio, vídeo, encuestas *on line*, *blogs*, etc. Una presencia en la red que intentaba competir no sólo con los portales de los grandes medios de pago como *El País* (www.elpais.es) o *El Mundo* (www.elmundo.es), sino también con los de otros gratuitos como *20 Minutos* (www.20minutos.es), *Metro* (www.metrodirecto.com) o *Qué!* (www.quediarario.com). Los contenidos informativos, la publicidad y las firmas o colaboradores de publicaciones gratuitas como de pago en sus ediciones impresas y *on line*, son sin duda un asunto tan amplio como para desarrollar otro análisis.

26. Sus ediciones en Internet podían consultarse en las páginas web www.iregua.com, www.gentedigital.es/logroño/ y www.laguiago.com, respectivamente, el 14 de marzo de 2010.

Como se verá más adelante, el correo electrónico, una de las múltiples herramientas que surgieron con Internet, se convirtió en un canal de comunicación habitual entre los gratuitos y sus lectores, facilitando la participación de estos y la expresión de sus opiniones, en algunos casos de forma casi inmediata, a la publicación de las noticias.

PARTICIPACIÓN DEL LECTOR

La existencia de secciones como “Buzón del lector” en *El Espolón*, “La voz del lector” en *Iregua*, “Buzón” en *Cuatro Calles* y “Opinión” en *Gente*, sólo por mencionar algunos casos, demuestra la apertura de los medios gratuitos logroñeses a la participación de los lectores en sus ediciones. Las misivas publicadas han tenido como notas características el tratamiento de asuntos relacionados con artículos publicados por el propio medio además de cuestiones propias de la vida cotidiana de la ciudad como la limpieza, su crecimiento, el deterioro del Casco Antiguo o las novedades relacionadas con los equipos de fútbol locales. De igual forma, es común en estas publicaciones, el limitado espacio dedicado por los editores a estas secciones, sin que pueda establecerse si ello se debía a la brevedad de los lectores o al resumen de las misivas por cada medio. Aunque en algunos casos se identificaba con nombre y apellido al remitente, en muchos otros sólo se publicaba su nombre o sus iniciales.

El correo electrónico también fue un interesante recurso para los medios gratuitos ya que permitió un rápido y económico sistema de contacto entre los lectores y los responsables de las publicaciones. Así se puede observar en varias ediciones de *Iregua* de los años 2005 y 2006, en las que a través de la sección “La voz del lector”, se pueden leer mensajes enviados por los lectores, como también ocurrió en muchas ediciones de *Noticias de La Rioja* en las que en la columna “Opinión” se aclaraba al final de las misivas “enviado por correo electrónico”. *ADN* por su parte, incluyó a diario en sus distintas páginas de la edición impresa pequeños recuadros denominados “X-présate” en los que extractaba algún comentario escrito por sus lectores y recibido por *mail*. También los contenidos de los mensajes enviados por correo electrónico estaban, por lo general, relacionados con las informaciones publicadas en ediciones anteriores y servían como medio de protesta sobre situaciones puntuales que se presentaban en los barrios como la falta de alumbrado público, el deterioro de las vías o aceras y el maltrato a los animales, por citar tan sólo algunos ejemplos.

CONCLUSIONES

El estudio recogido en estas páginas nos permite establecer de forma general las siguientes conclusiones:

- Después de analizar las más importantes publicaciones gratuitas de carácter empresarial que han existido en Logroño en las tres últimas décadas, puede establecerse la trascendencia de las mismas como medios de comunicación y fuentes documentales de la cultura, la economía, la política y la vida cotidiana de los habitantes de la ciudad. Para ello es necesario alejarse de visiones y calificaciones peyorativas como “folletines”, “propaganda”, “publicaciones de segunda” u otras de uso coloquial que sólo destacan los aspectos negativos de las publicaciones gratuitas, bien por sus limitados recursos, tipos de contenidos, presentación e incluso gratuidad. En otras palabras, es necesario analizarlas dentro de su propio contexto y no sólo desde la perspectiva de otros medios, ya que un paralelo en dicho sentido demandaría una profunda y estructurada investigación.
- La palabra “evolución” resume en buena medida lo que ha sucedido con las publicaciones gratuitas en Logroño entre 1975 y 2010. La razón es que ellas mismas, en su conjunto, han experimentado una progresiva transformación en diseño, producción, contenidos, periodicidad, redacción y enfoque, de forma que poco tienen que ver las ediciones de los años 70 con las que en la actualidad reciben los lectores. En otras palabras, estos medios han sido partícipes y reflejo simultáneo de esa “evolución” que han experimentado la ciudad y su entorno en el que sus habitantes tienen un mayor nivel de formación, La Rioja se ha desarrollado como autonomía, el tejido empresarial se ha diversificado, ha crecido la población y, como no, el interés por lo que sucede en otros puntos de España y el mundo se ha multiplicado. Ello se ha traducido igualmente para las publicaciones gratuitas en creación de nuevos y más cualificados puestos de trabajo, transmisión de una “identidad regional”, promoción de más empresas a través de anuncios, ampliación de la oferta para producción de las publicaciones, variación del número y perfil de los lectores y creación de secciones fijas destinadas a los temas nacionales e internacionales. En suma, los gratuitos analizados demuestran que una sociedad se refleja en las características de sus medios y ellos son a su vez el soporte en el que queda registrado el latir de esa sociedad.
- También se ha podido establecer que la mayoría de las publicaciones gratuitas analizadas responden a pequeños modelos de negocio, en los que unas cuantas personas aportaron su capacidad y un modesto capital para poner en marcha las publicaciones. De ahí que sus plantillas no hayan superado por lo general las tres o cuatro personas, las que en muchos casos han cumplido diferentes cometidos de redacción, maquetación, comercialización, administración y hasta distribución de los ejemplares. Puede afirmarse que con la llegada del nuevo

siglo surgieron numerosas publicaciones gratuitas en Logroño, al igual que sucedía en toda España, con el respaldo de grupos económicos de gran importancia, incluso internacional, algo que se tradujo en mejores medios técnicos y plantillas más cualificadas, aunque reducidas, como ha sido habitual en las publicaciones gratuitas.

- La profesionalización de estos medios también ha sido un elemento clave en su desarrollo. Si bien en las décadas de los 70 y 80 el número de licenciados en Ciencias de la Información que trabajaban en ellos era muy reducido, en la década de los 90 se notó un progresivo incremento que se consolidó en los primeros años del siglo XXI, de tal forma que en 2009 los redactores de todos estos medios son titulados universitarios procedentes de distintos centros de la geografía española e incluso de Latinoamérica. También las áreas de diseño y fotografía han reflejado la llegada de personal cualificado, en algunos casos formado en la Escuela de Artes de Logroño, ahora Escuela de Arte y Superior de Diseño, así como en otras instituciones de fuera de La Rioja. *La Guía de la Comunicación*, elaborada de forma anual por la Asociación de la Prensa de La Rioja desde 1989, evidencia esa transformación que convierte además a estos medios en generadores de numerosos puestos de empleo cualificado.
- El análisis de las publicaciones gratuitas logroñesas, de su publicidad y del surgimiento o desaparición de las mismas, permite concluir que en buena medida han estado estrechamente ligadas a los ciclos económicos por los que ha pasado la economía española en las últimas décadas. Ello se explica por la relación vital que existe entre anuncios y medios gratuitos, al carecer éstos de otras fuentes de ingresos, salvo los propios recursos por sus promotores. De ahí que el futuro de estas publicaciones tanto en Logroño como en España sea incierto dado el complejo contexto económico actual que está pasando factura a todas las empresas, incluidas las de la información, con el riesgo que entraña tanto para la sociedad, como para la pluralidad y la libertad de expresión el debilitamiento y desaparición de sus medios informativos.



BERCEO

159



9 770210 085500

00159



Gobierno de La Rioja
www.larioja.org



**Instituto
de Estudios
Riojanos**