



Ámbitos

ISSN: 1139-1979

ambitoscomunicacion@us.es

Universidad de Sevilla

España

Santos Díez, María Teresa

Los periódicos gratuitos con contenidos especializados en la Comunidad Autónoma Vasca

Ámbitos, núm. 6, enero-junio, 2001

Universidad de Sevilla

Sevilla, España

Available in: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16800609>

- ▶ How to cite
- ▶ Complete issue
- ▶ More information about this article
- ▶ Journal's homepage in redalyc.org

redalyc.org

Scientific Information System

Network of Scientific Journals from Latin America, the Caribbean, Spain and Portugal
Non-profit academic project, developed under the open access initiative

Los periódicos gratuitos con contenidos especializados en la Comunidad Autónoma Vasca

Dra. María Teresa Santos Díez

Profesora Titular. Fac. CC.SS. y de la Comunicación. UPV/EHU

RESUMEN

En la Comunidad Autónoma Vasca han surgido en la última década medios de comunicación con escasos recursos económicos que intentan atraer una publicidad principalmente local. Son los denominados periódicos gratuitos. Este artículo analiza las características de estos periódicos gratuitos con contenidos especializados, tales como Montañas y Tiempo Libre (1994) o Bizkai-Lan (1997). Se estudian especialmente sus contenidos, tirada, cobertura geográfica, formato y distribución.

ABSTRACT

In the Basque autonomous region, media with limited economic resources, that try to attract a local publicity, have appeared at the last decade. They are called free newspapers. This article analyses the characteristics of these free newspapers with specialized contents, such as Montañas y Tiempo Libre (1994) or Bizkai-Lan (1997). Special emphasis is given both to the study of its contents, printing, geographic coverage, format and distribution.

Palabras claves: Periódicos gratuitos/Contenidos especializados/Comunidad Autónoma Vasca/ Publicidad local.

Key Words: Free newspapers/Specialized contents/Basque Autonomous region/Local Publicity.

En la Comunidad Autónoma Vasca junto a las grandes empresas informativas, van a surgir y desarrollarse otros medios con escasos recursos económicos que intentan atraer una publicidad principalmente local. Nos referimos a los periódicos gratuitos que empiezan a surgir como una forma positiva dentro de un mercado cada vez más competitivo. Existen diversas tipologías, aunque en el estudio solo se han tenido en cuenta los gratuitos especializados, que son aquellas publicaciones promovidas por editores que asumen los riesgos y que distribuye de manera gratuita unos contenidos que se centran en un tema único que abordan en profundidad como por ejemplo la montaña, el deporte, la industria, construcción, servicios y agricultura entre otros muchos.

Las publicaciones gratuitas se envían a un destinatario que recibe unos contenidos sin mediar por ello ninguna prestación económica. No obstante, solo es

posible efectuar el regalo si el editor tiene cubiertos con publicidad los gastos que le origina su publicación. La proximidad entre el lector, editor y anunciantes es un hecho que contemplan los editores y tanto en los contenidos como en la venta de los espacios a los anunciantes. El regalar la publicación introduce un elemento diferenciador en el mercado que puede provocar modificaciones en el mercado de la prensa de pago. Este estudio se va a centrar únicamente en aquellos periódicos que se financian mediante la publicidad y que abordan un tema único tratándolo en profundidad como puede ser la montaña, el deporte, la industria, construcción, tiempo de ocio entre otros muchos.

Características

Son innumerables las publicaciones que se editan desde diversos estamentos sociales y culturales con contenidos especializados, aunque la publicidad debe ser suficiente para sostenerlo y en cierto modo los contenidos están supeditados a la propia publicidad. Esto requiere necesariamente una especialización del lector. Pero también hay que tener en cuenta, que algunos temas que con anterioridad sólo se abordaban desde revistas muy especializadas hoy día forman parte de los suplementos. En el caso de los gratuitos es la propia empresa editora quien elige a los receptores a los cuales quiere llegar. Aunque, no es del todo exacto que el receptor no paga nada por la publicación¹.

Es cierto que no paga dinero, pero el paga habitualmente con su atención-su tiempo, por tanto -, y esto es lo que realmente busca el editor. Sólo si el editor presenta garantías razonables de que un porcentaje significativo de quien reciban la publicación le dedicaran al menos unos minutos lograra convencer al anunciente de que inserte publicidad en la misma.

Los contenidos están relacionados con la publicidad y los anunciantes saben perfectamente que sus lectores son más homogéneos. Las revistas especializadas de pago utilizan un lenguaje específico y concreto con la inclusión de términos con cierta complejidad. Es evidente que en su conjunto las publicaciones gratuitas tienen coincidencias claras entre las que destacan:

- 1) Inician una experiencia comunicativa dentro de un conglomerado de medios impresos plenamente consolidados.
- 2) Captan una publicidad específica de ámbito local que en muchos casos no accede a los medios de pago.
- 3) Son publicaciones que intentan encontrar un lugar dentro de la pluralidad de medios que existen y por lo tanto buscan contenidos que ellos abordan con la

¹ COCA, Cesar y PEÑALVA, José Luis. *Modelos de los medios de comunicación social*. U.P.V. Bilbao, 1998, p.163.

suficiente profundidad o simplemente no incluyen por el amplio caudal informativo del que disponen cada día y que necesariamente les obliga a realizar una selección.

4) Su ámbito de cobertura es local.

5) Los contenidos tienen un marcado carácter divulgativo, cultural y de entretenimiento, pero relacionado con su ámbito de cobertura.

1) El origen de las publicaciones

En la Comunidad Autónoma Vasca en el año 1994 surgieron el 14,28 % de los gratuitos especializados. Sin embargo, no se producen más experiencias de este tipo hasta el año 1997 con el 42,86 % de ellos, situación que se repite en el año 2000.

En diciembre de 1994 comienza a editarse *Montañas y Tiempo Libre* promovido por la Editorial Ocio y Aventura. Sus contenidos especializados van destinados a un público aficionado a los viajes, el deporte, la aventura y el ocio. Distribuye con una periodicidad trimestral 40.000 ejemplares en aquellos lugares relacionados con las actividades que promueve como son las tiendas de deportes y agencias de viajes del País Vasco, Navarra y Aragón, por lo tanto su reparto es más selectivo que en otras publicaciones de este tipo.

Bizkai-Lan inicia su andadura el 15 de julio de 1997 con una periodicidad trimestral y una tirada de 60.000 ejemplares que se reparten en la Margen Izquierda y zona de Encartaciones principalmente mediante buzoneo, aunque también se puede conseguir por suscripción². Posteriormente, pasa a editarse cada dos meses. En un principio era un suplemento destinado a empresas que se incluía con *Salgai*³, pero llegó un momento que eran demasiadas páginas y la empresa opta por editar un gratuito con unos contenidos especializados que inciden en unos sectores muy concretos como son industria, construcción, servicios y agricultura, pero con un soporte propio.

En septiembre de 1997 aparece en el mercado *La Grada* con dos ediciones que cubren ambas márgenes del Nervión:

1) *Margen Izquierda* con una tirada de 15.000 ejemplares

² Bizkai-Lan es posible recibirla en casa junto a las demás publicaciones que edita el grupo por 3.328 pesetas.

³ *Salgai* esgratuito es un grupo empresarial que entre otras actividades edita los siguientes gratuitos: *Salgai Bizkaia* comenzó a editarse en el año 1990 con información destinada a la provincia de Vizcaya en general y una tirada de 90.000 ejemplares. *Salgai Ezkerraldea* empieza a salir en septiembre de 1995 para la Margen Izquierda y Zona Minera con una tirada de 82.000 ejemplares. *Salgai Enkarterri* surge en noviembre de 1995 con una periodicidad mensual. Presta una mayor atención a la fotografía, las noticias de carácter social y el euskera. *Bizkaia Tradición y Fiestas* ofrece una amplia información de las fiestas de verano de cada localidad, así como calendario, programa de actos e incluso horario de trenes y autobuses, además de una reseña con los lugares de interés más próximos así como la historia del lugar.

2) *Getxo* con 8.000 ejemplares en la zona de Uribe Costa.

Su distribución no se realiza mediante buzoneo como sucede con otros gratuitos, sino que se recoge en el quiosco de manera gratuita junto con los periódicos de pago, en algunos comercios y por correo⁴. El objetivo de la publicación es ofrecer un producto que no existe en el mercado como es la información sobre deporte profesional y de aficionados que se realiza en ambas márgenes. Su estructura interna es jerarquizada y las 20 personas que colaboran se integran en los departamentos comerciales y de redacción. A últimos del año 2000 deja de publicarse la edición de Getxo.

En marzo de 1999 *Racing Press* comienza a publicarse con una periodicidad mensual y una cobertura de Vizcaya. Su objetivo principal es la divulgación del deporte del motor y todo el conjunto de actividades relacionadas con este sector. La publicación está promovida por ocho personas que se organizan en los departamentos de: dirección; comercial; redacción y distribución. Es una publicación especializada en el deporte del motor con una tirada de 15.000 ejemplares que no se distribuyen como otros gratuitos por buzoneo, sino que se reparten en los establecimientos relacionados con el sector como 2.700 talleres de reparación, compra venta, gasolineras y por suscripción cuyo precio es de 1.000 pesetas anuales.

Wellcome Euskadi empieza a salir en junio de 1999 con una tirada de 40.000 ejemplares y una periodicidad de cada dos meses. Su distribución se realiza mediante depósito en puntos fijos en Bilbao: Museo Guggenheim de Bilbao, Bellas Artes, Etnografía; En Donostia junto al Aquarium, el Palacio de Miramar, Monte Igeldo, jardines de Alderdi Eder y Boulevard, además de hoteles, pensiones y puntos de información turística, además de bares y restaurantes de las tres capitales vascas. Es una publicación con unos contenidos centrados en el turismo junto con información de utilidad para el visitante tanto del Estado como extranjero. Por ello incluye planos, guías de hoteles, restaurantes, cines centros de ocio y entretenimiento principalmente en inglés, francés, castellano y euskera. Tiene formato tabloide y utiliza el color en portada, contraportada y páginas centrales, mientras que el resto de sus páginas son en blanco y negro.

⁴ Para recibirla en casa es preciso enviar 500 pesetas en sellos.

Cuadro n. 1**Montañas Bizkai-Lan Grada Racing Wellcome**

Tirada	40.000	60.000	15.000	15.000	40.000
Páginas	16	32	24	24	16
Periodicidad	Semanal	2 meses	Mensual	2	Meses
Origen	1994	1997	1997	1999	1999
Distribución	Tiendas	Buzoneo	Tiendas	Tiendas	Tiendas
Agencias	Comercio	Quiosco	Gasolinera	Hoteles	
Cobertura	País Vasco	Vizcaya	Margenes	Vizcaya	Autonomía

2) Los Promotores

Las publicaciones gratuitas especializadas son impulsadas básicamente desde los siguientes ámbitos:

- 1) Las empresas pequeñas en el año 1990 constituyán la práctica totalidad de las publicaciones de este tipo, mientras que en el año 2000 se reduce al 80 %.
- 2) Las Agencias de comunicación editaban en el año 2000 el 20 % de los gratuitos.

Cuadro n. 2**Gratuitos Especializados según promotores en la C.A.V.**

	<u>1990</u>	<u>1995</u>	<u>2000</u>
Empresas S.L.	100,00	0,00	80,00
Agencias Publicidad	0,00	0,00	0,00
Grupos comunicación	0,00	0,00	20,00
Asociaciones	0,00	0,00	0,00
Otros	0,00	0,00	0,00

3) Lugar geográfico

Dentro de la geografía vasca estas publicaciones tienen una distribución muy desigual, y mientras en algunas zonas llegan muchos periódicos en otras no se reparte ninguno. Así tenemos:

- 1) En Vizcaya se concentran el 81,60 % del total de las publicaciones que se aglutinan:
 - a) En la Margen Derecha en el año 1994 se publica *Montañas*. A esta oferta hay que añadir en el año 2000 la *Grada Margen Derecha*, *Racing-Press* y *Wellcome* lo que supone el 31,50 % del total de los gratuitos.

b) En la Margen Izquierda se reparten ejemplares de *la Grada Margen Izquierda* especializada en deporte local y *Racing-Press* que se deposita en talleres y gasolineras y *Bizkai-Lan*. Esta zona concentra el 39,60 %.

c) En Bilbao Area se distribuyen el 33 % del total de ejemplares de *Montañas*, *La Guía Inmobiliaria* entre otros, pero desciende en al año 2000 hasta el 10,50 %.

2) Álava es una provincia con escasas experiencias de este tipo, y su difusión en el año 2000 alcanza el 9,20 %.

3) En Guipúzcoa estas publicaciones tienen una incidencia mínima con tan sólo el 9,20 %.

Cuadro n. 3

Gratuitos Especializados según el lugar geográfico.

	<u>1990</u>	<u>1995</u>	<u>2000</u>
VIZCAYA	100,00	0,00	81,60
M.Derecha	34,00	0,00	31,50
M. Izquierda	33,00	0,00	39,60
Bilbao Area	33,00	0,00	10,50
Alto Nervión	0,00	0,00	0,00
ALAVA	0,00	0,00	9,20
GUIPUZCOA	0,00	0,00	9,20

4) Distribución de la mancha

En cuanto a la distribución de la mancha se producen grandes diferencias: mientras que el *La Grada* los contenidos de carácter informativo solo suponen el 19,27 %, y en *Bizkai-Lan* alcanzan casi el 61 %. La fotografía tiene una mayor presencia en Montañas (36,87 %), y la publicidad oscila entre el 43,08 % en *la Grada* y el 15,46 % en *Wellcome*.

Cuadro n.4

Distribución de la mancha. Año 2000

Montañas Bizkai-Lan Grada Racing Wellcome

Texto	38,46	60,98	19,27	46,56	58,74
Fotografía	36,87	15,69	33,50	15,12	23,37
Publicidad	20,96	21,94	43,08	36,32	15,46
P. Propia	3,71	1,39	4,15	2,00	2,43

Los editores de los gratuitos con contenido especializado optan por presentar sus publicaciones en formato tabloide.

Cuadro n. 5

Formato de Gratuitos Especializados en la C.A.V.

	<u>1990</u>	<u>1995</u>	<u>2000</u>
Tabloide	100,00	100,00	100,00
Revista	0,00	0,00	0,00
Otros	0,00	0,00	0,00

5) El reparto de los gratuitos

Esta prensa eminentemente local encuentra graves problemas para su distribución ante la falta de experiencia en este tipo de publicaciones, tanto por parte de los editores como del público que lo recibe. Por otro lado, la peculiaridad de ser gratuito tiene como consecuencia la ausencia de beneficios para los vendedores tradicionales, que en la mayoría de los casos no aceptan un producto que no les aporta ninguna compensación económica.

Ante esta situación los editores recurren a diversas formas, aunque predomina el depósito en lugares concretos como lo avala el hecho de que en 1995 la totalidad de ellos se distribuían de esta manera.

1) El buzoneo es la fórmula que emplean el 12,50 % de ellos. Es evidente que resulta caro, y además puede llegar a hogares que ese tema no interesa y por lo tanto la publicidad es ineficaz.

2) Por correo se calcula que se envían el 12,50 % de los ejemplares, pero el receptor previamente tiene que pagar los gastos que ocasiona.

3) En depósito en lugares concretos es utilizado por la mitad de los editores como sucede con *Racing-Press* que prefiere que su publicación se recoja en las gasolineras y tiendas relacionadas con el mundo del motor y *Bizkai-Lan* también elige esta opción para su reparto.

4) Los quioscos es un lugar muy cómodo para conseguir el gratuito junto con el periódico de pago, como lo hace *La Grada Margen Izquierda* y *Getxo*.

Cuadro n. 6

Reparto de los Gratuitos Especializados en la C.A.V.

	<u>1990</u>	<u>1995</u>	<u>2000</u>
Buzoneo	0,00	0,00	12,50
Correo	0,00	0,00	12,50
Centros comerciales	100,00	0,00	50,00
Encartado	0,00	0,00	0,00
Quioscos	0,00	0,00	12,50
Otros	0,00	0,00	12,50

6) La periodicidad

Los gratuitos especializados se publican en su mayoría con una periodicidad mensual (50 %); cada dos meses (32,32 %) y en el caso de *Bizkai-Lan* opta por salir a la calle cada dos meses y mientras el 16,66 % lo hace cada tres.

Cuadro n. 7

La periodicidad de los gratuitos Especializados

	<u>1990</u>	<u>1995</u>	<u>2000</u>
Semanal	100,00	0,00	0,00
Quincenal	0,00	0,00	0,00
Mensual	0,00	0,00	50,02
2 Meses	0,00	0,00	33,32
3 Meses	0,00	0,00	16,66

7) Los Contenidos

Estas publicaciones buscan la especialización en el ámbito local, pero estos además lo abordan desde un único tema tratándolo con más profundidad. Así podemos señalar *Montañas* que centra sus contenidos en la montaña en sus diversos aspectos; *La Grada Margen Izquierda* y *Getxo* se ocupan del deporte local; *Bizkai-Lan*, incide en el sector de la industria, construcción, servicios y agricultura y *Racing-Press* que tiene como objetivo principal la divulgación del deporte del motor y todo el conjunto de actividades relacionadas con él. Así podemos señalar:

Cuadro n. 8**Los contenidos en los gratuitos Especializados**

	1990	1995	2000
Motor	0,00	0,00	16,66
Deporte	0,00	0,00	33,32
Viajes	0,00	0,00	33,32
Ocio	100,00	0,00	0,00
Industria	0,00	0,00	16,70

1) En *Montañas* se ofrece una amplia información a todas aquellas personas cuyo tiempo de ocio lo ocupan en desarrollar actividades al aire libre, como pueden ser turismo, deportes, aventuras, etc.. Además facilita al aficionado a estos deportes la mayor información posible sobre el material necesario para practicar el deporte, los lugares más adecuados e incluso consejos para no correr riesgos innecesarios, por lo que adquiere especial relevancia el equipo adecuado y por ello ofrece las últimas novedades que aparecen en el mercado.

En sus páginas tiene gran importancia la fotografía (36,87 %), mientras que la publicidad ocupa menos de la cuarta parte de la superficie (20,96 %). Sus contenidos inciden en tres aspectos básicos:

1) Las Noticias relacionadas con las actividades que se realizan en la montaña como por ejemplo parapente y heliesquí. Los Consejos prácticos sobre la forma de conducir en la nieve o el hielo, el uso de las cadenas en el coche, e incluso trucos que nos resultan de utilidad en algún momento del viaje.

2) Monográficos que dedica a una estación concreta, y aporta informaciones de utilidad como teléfonos de urgencia, horario de autobuses, guía comercial, polideportivos y restaurantes que alcanza más de la cuarta parte de los contenidos de *Montañas* (26,45%).

3) En Noticias de interés general se ocupa de divulgar deportes nuevos, así como el equipo adecuado para practicarlo sin riesgo (13,28 %).

4) En turismo rural incorpora guías con información de utilidad y sugerencias sobre donde dormir, comer y divertirse, así como orientaciones sobre rutas especiales de gran interés cultural en zonas próximas a las estaciones de esquí (7,14 %).

2) En *Bizkai-Lan* más de la mitad de su superficie la ocupan los contenidos informativos (54,19 % y 60,98 %), mientras que la publicidad supone la cuarta parte (26,37 % y 21,94 %). Sus contenidos los agrupa en las siguientes secciones:

1) La Guía con los teléfonos de interés y horarios de trenes y autobuses (3,40 %).

2) Actualidad es una sección que no ha variado mucho (15,92 %). En ella destacan las noticias relacionadas con la economía, inversiones y proyectos que se van a efectuar en las industrias de la zona.

3) En Infraestructuras incluye las obras que se han realizado o están en fase de ejecución en ese momento (14,90 %).

4) La sección de Trabajo recoge los cursos de formación que ofrecen las empresas o la propia administración, así como la creación de empleo que se produce en las empresas (19,87 %).

5) En Medio Ambiente se acerca al lector la información de la zona como vertederos, legislación sobre Medio Ambiente y contaminación principalmente, aunque también es cierto que ha sufrido un retroceso importante (9,43 %).

6) El Suplemento lo dedica a ofrecer información específica de un polígono industrial o una actividad concreta. Consta de unas diez páginas y se editan cuando se producen acontecimientos excepcionales (37,38 %).

3) En *La Grada* casi la mitad de su superficie lo ocupa la publicidad, y el resto se reparte entre texto (13,86 % y 24,68 %) y fotografía (31,74 % y 35,36 %). Sin embargo, entre ambas ediciones se aprecian algunas diferencias, así en la Margen Izquierda se incluye más publicidad que en la Margen Derecha (50,28 % y 35,88 %); y en consecuencia disminuye el espacio de contenidos (13,86 % y 24,68 %) y fotografía. Sus secciones las distribuye del siguiente modo:

1) Guía de servicios con información de utilidad para el lector: horario de trenes, autobuses y teléfonos (4,16 %).

2) La página de opinión con cartas al director y la opinión de un personaje famoso⁵ sobre un tema general (37,38 %)..

3) En Deportes con el 80,36 % se desglosa en las siguientes actividades: El Fútbol es la sección con mayor número de páginas (29,16 %) recoge amplia información sobre 3º División; Regional preferente; Fútbol sala y 1º Regional. Polideportivo muestra la actualidad deportiva de Pelota, petanca y balonmano, baloncesto, gimnasia, tenis, herri kirolak (12,50 %). Ciclismo, Artes marciales, Voleibol, Atletismo y Motor son especialidades deportivas que varían según la temporada (4,16 %). En Motor ofrece información sobre competiciones y campeonatos que van a tener lugar en fechas próximas (5,16 %). Montañismo presenta las escaladas importantes, así como las actividades y deportes relacionados con la montaña (5,16 %). También presta atención a los acontecimientos deportivos que se celebran en cada temporada entre ellos destaca Balonmano, Voleibol, Atletismo, Motor, Rugby, Béisbol y Remo (25,06 %).

⁵ Cesar Savedra. *Días de mucho vipéreas de nada*. La Grada Margen Izquierda. núm.22. Junio 1999.

4) En *Racing Press* la mitad de su superficie está destinada a texto con contenido informativo (46,56 %), mientras que la publicidad supone el 36,32 % y la fotografía con el 15,12 %. Los distintos contenidos los agrupa en las siguientes secciones:

1) Las Noticias con los teléfonos de interés, los lugares donde es posible adquirir la publicación y la programación de motor en las distintas emisoras de radio (4,26 %).

2) En motor incluye: La Entrevista a personajes relevantes relacionados con el mundo del motor (6,30 %). Divulgación de actividades vinculadas con el motor en sus diversos aspectos es una sección con amplia presencia (17 %). En Campeonatos incluye las clasificaciones de las competiciones nacionales de rallys de asalto, tierra, autocross y montaña (23,65 %). En el Motor (10,64 %) nos acerca a las ultimas novedades del mercado, junto con sus ventajas e inconvenientes. En conjunto alcanza casi el 90 % del total ed los contenidos.

4) La actualidad en el mundo del motor y los precios de los vehículos y motos nuevas (6,30 %).

4) *Wellcome Euskadi* tiene más de la mitad de su superficie destinada a contenidos informativos 58,74 % y sólo el 15,46 % de publicidad. Carece de secciones determinadas aunque se ocupa de la información sobre el País Vasco en general, las visitas turísticas a las tres capitales, los museos, la gastronomía y todas aquellas informaciones que resulten interesantes para los turistas.

Cuadro n. 9

Los contenidos en los gratuitos Especializados. Año 2000

Montañas Bizkai-Lan Grada Racing Wellcome

Actualidad	13,28	15,92	0,00	6,30	0,00
Viajes	6,28	0,00	0,00	0,00	93,55
Deportes	39,04	0,00	80,36	0,00	0,00
Suplemento	26,45	37,38	0,00	0,00	0,00
Guía	7,14	3,40	4,16	4,26	6,45
Infraestructuras	0,00	14,90	0,00	0,00	0,00
Trabajo	0,00	19,87	0,00	0,00	0,00
M. Ambiente	0,00	9,43	0,00	0,00	0,00
Opinión	0,00	0,00	5,16	0,00	0,00
Motor	0,00	0,00	5,16	89,44	0,00
Otros	7,81	0,00	5,16	0,00	0,00

8) La publicidad en los gratuitos especializados

La financiación es uno de los principales problemas con los que se encuentran los editores, y por ello ofrecen unos precios muy competitivos con el fin de captar los pequeños comerciantes. El precio orientativo de un módulo oscila entre las 2.000 pesetas en *La Grada* y las 3.500 en *Bizkai-Lan*. Sus clientes se centran básicamente en:

- 1) Establecimientos comerciales principalmente relacionadas con la especialización de sus contenidos.
- 2) Firmas comerciales de ámbito nacional.
- 3) Publirreportajes.

Cuadro n. 10

Tarifas Publicitarias. Año 2.000

Bizkai-Lan La Grada Racing-Press Wellcome E.

1 Módulo	3.500	2.000	3.500	3.000
Faldón portada	105.000	20.000	35.000	62.000
Faldón contrap.	105.000	20.000	15.000	62.000
Página	126.000	100.000	150.000	95.000

En cuanto a la publicidad destacan los siguientes sectores:

1) En *Montañas y Tiempo Libre* se encuentra una publicidad vinculada con los contenidos. Mayoritariamente, está dirigida a un público con aficiones por los deportes al aire libre y la montaña principalmente. De modo, que lo centra en servicios relacionados con restaurantes (33,96 %), viajes (22,50 %) y las actividades deportivas (15,54 %). No obstante, la publicidad que más espacio ocupa son los deportes con el 41,70 %, seguida de los restaurantes con el 30 %). Es decir su publicidad esta relacionada con los contenidos que aborda en sus páginas.

2) En *Bizkai-Lan* la publicidad significa casi la cuarta parte de la superficie total, que centra básicamente en materias relacionadas con las actividades que aborda, por lo tanto es específica como lo son sus contenidos que inciden en los siguientes sectores: Institucional que alcanza el 13,51 % del total de la publicidad, y además ocupa el 26,39 % de la superficie total del gratuito. La industria que constituye el 62,18 % del total: Obras y servicios (24,37 %), los transportes con el 13,50 %, además de aislantes (5,40 %); alquiler de maquinaria (5,40 %) y calefacción (5,40 %) entre otros.

3) En *la Grada* la publicidad se centra principalmente en los establecimientos de su zona de cobertura. También son frecuentes las inserciones publicitarias

de quioscos de prensa y esto el lógico si tenemos en cuenta que se distribuye en estos lugares de manera gratuita. Los contenidos publicitarios inciden en: los establecimientos relacionados con la hostelería (32,03 %); los deportes (13,23 %) y el automóvil (12,86 %).

4) *Racing Press* concentra más de la mitad de la publicidad en el mundo del automóvil (65 %) como puede ser la Compra venta de vehículos; Los Talleres de reparación, chapa y electricidad, y Accesorios para vehículos. Situación que se repite con el espacio que contratan (69,73 %).

5) *Wellcome* es el gratuito con mayor publicidad institucional (45,55%), seguida del automóvil (18,18 %) que se centra principalmente en el alquiler de vehículos (18,18 %); *Telefonía*, que ofrece información sobre llamadas provinciales y móviles de Euskaltel y en Moda y belleza recomiendan los centros de belleza y tiendas de moda de mayor prestigio (9,00 %).

Cuadro n. 11

Número de anuncios por temas. Año 2000

Montañas Bizkai-Lan Grada Racing Wellcome

Enseñanza	0,00	0,00	8,16	1,00	0,00
Medicina	0,00	0,00	4,91	0,00	0,00
Muebles	0,00	0,00	3,43	0,00	0,00
Reformas	0,00	5,40	7,46	0,00	0,00
Automóvil	0,00	0,00	12,86	65,00	18,18
Deportes	15,54	0,00	13,25	7,50	9,09
Inmobiliaria	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Restaurantes	33,96	5,40	32,03	7,50	0,00
Moda	0,00	0,00	0,00	0,00	9,09
Informática	3,00	0,00	2,28	0,00	0,00
Varios	25,50	13,51	12,74	19,00	9,09
Viajes	22,50	0,00	0,00	0,00	0,00
Fotografía	0,00	0,00	2,88	0,00	0,00
Industria	0,00	62,18	0,00	0,00	0,00
Institucional	0,00	13,51	0,00	0,00	45,55
Telefonía	0,00	0,00	0,00	0,00	9,00

Cuadro n. 12

Superficie publicitaria por temas. Año 2000

Montañas Bizkai-Lan Grada Racing Wellcome

Enseñanza	0,00	0,00	6,64	1,50	0,00
Medicina	5,20	0,00	8,52	0,00	0,00
Muebles	0,00	0,00	5,24	0,00	0,00
Reformas	0,00	5,94	5,52	4,47	0,00
Automóvil	0,00	0,00	9,09	69,73	38,03
Deportes	41,70	0,00	12,70	7,48	9,87
Inmobiliaria	0,00	0,00	3,70	0,00	0,00
Restaurantes	31,60	5,94	27,34	4,07	0,00
Moda	0,00	0,00	0,00	0,00	14,26
Informática	0,00	0,00	2,52	0,00	0,00
Varios	11,11	7,18	8,13	12,75	9,78
Viajes	10,39	0,00	0,00	0,00	0,00
Fotografía	0,00	0,00	10,60	0,00	0,00
Industria	0,00	54,55	0,00	0,00	0,00
Institucional	0,00	26,39	0,00	0,00	13,58
Telefonía	0,00	0,00	0,00	0,00	14,48

Bibliografía

- BOGART, Leo. *La prensa y su público*. EUNSA. Pamplona, 1985.
- COCA, Cesar y PEÑALVA, José Luis. *Modelos de los medios de comunicación social*. U.P.V. Bilbao, 1998.
- DIEZHANDINO NIETO, M. Pilar, *La especialización en los medios impresos*, en Bezunartea y otros. *La prensa ante el cambio de siglo*. Deusto. Bilbao, 1988.
- DIEZHANDINO NIETO, Pilar. *Periodismo de servicio: Evolución y Perspectivas*. Bilbao 1994
- FERRER RODRIGUEZ, Eulalio. *La historia de los anuncios por palabras*. Maeva Ediciones. Madrid, 1989.
- MOELING, M. *Just What is service Journalism*. Service Journalism Dialogue. 1988.
- NIETO, Alfonso. *La prensa gratuita*. EUNSA. Pamplona, 1984.
- SANTOS DIEZ, M. Teresa. *Prensa gratuita vasca: Información o Publicidad*. R. Sintonía, Bilbao, 1996.
- SCOTT, Byron. *Conference addresses urgent Needs*. Service Journalism Program, School of Journalism, University of Missouri, Columbia, 1988.

(Recibido el 29-10-2000, aceptado el 15-11-2000)

ANEXO

HOTEL CANDANCHU 60 Aniversario

Puertollano en 1934
Altitud 1.500 m
tel. (174) 17.30.23 - 116.177.41.30.50
26589 LANJARÓN (Granada)

Montaña
y
Tiempo Libre

CONSEJO DE DEPORTES
Lcdo. Poza, 43
Part. Estrañanza, 1
BILBAO

PERIODICO GRATUITO
VIAJES · DEPORTE · NATURALEZA · TURISMO · AVENTURA · OCIO

AÑO 1. N° 1. DICIEMBRE 1994

EJEMPLAR GRATUITO

Esquiados, listos, ya.

La temperatura de cañal -94,95 acaba de romper récord. Aunque en estos inicios la nieve se pejica a llegar, todo está listo en un estadio que satisface a los aficionados.

EJEMPLAR ENTREGADO POR

FOTO: PEPARROYA

**500 esquiadores
cinco estaciones
diferentes tipos
de terreno**
Páginas 2 y 3

**Guia millonaria
especial
dedicado a Jaca**
Páginas 7 a 10

**Generalismo
y deporte**
Páginas 11 y 12

**Abonando las tarjetas con las tarjetas de Ibercaja
tienes muchas más ventajas**

NO ESQUIES SIN ELLAS

Descuentos en forfaits.
2.300 pts., comprando a través de clubes.
2.700 pts., en la propia estación.
EL PRECIO EN TAQUILLA ES DE 3.100 pts.

Seguro gratuito de accidentes.
Incluye escuela y primeros auxilios en pista, asistencia de urgencia en la estación y, en caso de ser necesario, traslado en ambulancia hasta el hospital más próximo.

Sorpresas de complementos deportivos.
Todas las meses tendrás la oportunidad de ganar un par de esquís con sus hijos entre y 20 jóvenes deportistas.

Descubre las ventajas blancas de tu tarjeta Ibercaja y Visa Ibercaja en Fornigal

iberCaja

Bizkai-lan
INDUSTRIA - CONSTRUCCION - SERVICIOS - AGRICULTURA
Noviembre de 1999 nº12 Ejemplar Gratuito

MINER INFORMATICA
Avda. El Moneo, 40
48300 DIAZCARA (BIZKAIA)
Telf./Fax: 94 636 05 78

SUNGAS
Maquinaria para
CALEFACCION
Y SECADO DE
PABELLONES
Pol. Ind. Granada
Parcela L-3 ORTUELLA
Telf. 94 639 35 31

La muestra Prest '99 repite el éxito cosechado en 1998

Entidades, empresas y centros educativos se juntaron para debatir sobre la formación y el empleo del año 2000.

La Feria Internacional de Muestras de Bilbao acogió los días 13, 14 y 15 de noviembre la segunda edición de la feria profesional 'Prest '99' repitiendo el éxito logrado con la primera edición del certamen, organizado el año pasado.

Los tres días que permitieson abierta la exposición recibieron un incesante galope de personas, especialmente jóvenes, atraídos por la oferta

informática o el mundo laboral. La muestra de este año vino marcada por la pletera de actividades que las entidades promotoras han organizado para facilitar el acceso al empleo, con lo que una amplia totalidad de los standes ponían a disposición de los visitantes terminales de material para acceder a información de la empresa o para buscar salidas laborales de forma personal.

Además, las empresas concertadas orientaron su oferta hacia la formación de crear una empresa, encargándose de la formación y trabajo en la Oficina Europea de Prest '99, la propia muestra, la sociedad pública Eusplan, y otras cuatro fundaciones desarrollar su contenido, los salones de actividades y el área de�ementamientos. En la imagen inferior, parte del salón

SPRI aprueba 32 proyectos Promoweb.
Las empresas impulsarán la tecnología Internet en las empresas. **Página 3**

Tres años que nos cambiaron el mundo.
Analiza la situación actual de los trabajadores de Antv, Bulevar Vitoria y La Naval de Sevillano. **Página 6**

El Puerto de Bilbao adquirirá en breve una nueva terminal de vehículos.
La instalación se ubicará en una superficie de 62.500 metros cuadrados. **Página 6**

Acuerdo sobre el trazado de la Feria de Muestras de Bilbao.
La Feria se instalará en Anso, sede en Kursaal, y un área industrial en la zona de Bermeo. **Página 7**

Guía de becas y oposiciones.
Página 12

Euskadi reduce su tasa de paro hasta el 15,8% durante el verano.
Creados 15.000 nuevos de trabajo durante el fértil trimestre del año. **Página 13**

Berriko Gar lanza dos nuevos productos.
La cervecería dispone en su planta de un restaurante-degustación. **Página 18**

Amplios beneficios en el EVE.
Ojearlos. **Página 19**



TXASKI
Distribuciones

**Buzoneo
Mailing
Distribución**

**BP Camino de
8500 Alcalá de Zorita (Cádiz)**

94 636 39 42

BOLÍVAR

Accesorios: 94 4 27 41 10 ** Carrocería: 94 4 27 40 50
 Oficina: 94 4 27 39 18 ** Fax: 94 4 27 22 42
 E-mail: bolivar@bolivar.net
 Web: bolivar.net

Simón Bolívar, 17
 48010 BILBAO (Vizcaya)

Nº 4 - ABRIL DE 1999

Racing PRESS
 DISTRIBUCIÓN GRATUITA

UN COCHE CON HISTÓRA

LANCIA DELTA HF Integrale

Es el modelo más laureado de la historia del Campeonato del Mundo de Rallys y ha sido pilotado por varios campeones del Mundo, Juha Kankunen, Massimo Biassion, Didier Auriol, Carlos Sainz...

Pág. 6

11 12 13 14 15 16 17 18

EUSKALGLASS

ROTAURA DE LUNAS
 CENTRO DE SERVICIO 902 220 240

ABIERTO DE 8:30 A 20:30 DE LUNES A VIERNES
 SERVICIO 24H SABADOS, DOMINGOS Y FESTIVOS

Autovía 42
944 214 046
 Taller concertado con compañías de seguros

SUCURSLES
 Bilbao Oficina: 94 4 477 166
 Oficina: 94 4 722 447
 Oficina: 94 4 722 447
 Oficina: 94 4 722 447
 Oficina: 94 4 722 447

TALLER CONCERTADO CON COMPAÑIAS DE SEGUROS

OK

EUSKALGLASS

DISPONIBLE EN ESPAÑA

DEDICACION EXCLUSIVA
 COLOCACION INMEDIATA
 PERSONAL ESPECIALIZADO
 GARANTIA DE COLOCACION
 SERVICIO A DOMICILIO

CICLOS YURREBASO

• Venta y alquiler de bicicletas de competición, todoterreno y montaña
 • Bicicletas a la carta
 • Amplia gama de accesorios
 • Ropa ciclista
 • Taller especializado
 • Pintado y reparación de cuadros
 Ganekalestra, 16 y Campo Murueta
 48960 GALTAKAO
 Tfno / Fax: 94 456 65 74

LA GRADA

AÑO III - N° 21 - MAYO 99

DISTRIBUCIÓN GRATUITA

**EXCELENTE AMBIENTE EN LA GALA DEL DEPORTE DE PORTUGALETE
PARA RECONOCER A LOS MEJORES DEPORTISTAS DEL AÑO 1998**

Portudeporte

EL GASCA SANTURTZI A LA FASE FINAL

Conseguida la clasificación para Mallorca, es el momento de disfrutar del éxito logrado

ATENCIÓN

PÁG 10 Y 11

Este mes
Campeones

El equipo de Iñaki Zurimendi sólo necesita sacar 3 puntos para asegurar el ascenso.

representante distinguido para ello, con solo por tener bien visto el último número de LA GUÍA. Nuestro representante te observará con un vale de 5.000 ptas., validero para canjear en todo cuálquier de nuestros anunciantes.

V 907
CASOLEOS DEL CANTABRICO S.L.
OFICINA CENTRAL: Polígono Ugaroelde, 16-
48510 TRAPAGARAN
Tel./Fax: (94) 486 39 54 - Teléfono: (94) 486 3832

ESCUELA DE NATACIÓN
NATACIÓN PARA COMUNIDADES Y JUV.
UREABI



DOSSES 2
DOSSES 3

CL. 40 de París, 36 (Antiguo Górl)
Estación de Metro: DOBLAS
Teléfono: 34 464 21 34 - LAS ARENAS

XUTOS AMABE
CONCESSIONARIO CITROËN
OPERACIÓN FLECHAZO

CITROËN XSARA

Desde:
420.000
+
80.000

(I.P.T. con chorro)
(I.P.M. Prever)

HASTA FIN DE MES

Algarra Elorriola, 71 (Metro Etxebarrieta) - 48990 ALGORTA - Tfno.: 94 481 11 11



AÑO II - Nº 12 - MARZO-ABRIL 99

DISTRIBUCIÓN GRATUITA

CON MANU VITORIA COMO NUESTRO MÁS AVALADO REPRESENTANTE

El Doping está ahí

Seguimos preguntando
a nuestros clubes por la
LA GESTIÓN DE ISLA

PÁG. 10 Y 11

EL GETXO
DE RUGBY
ENCAUZA LA
TEMPORADA

PÁG. 16 Y 17

LA MONTAÑA
SE APELLIDA
INURRATEGI

PÁG. 20 Y 21

97.3 FM



TALLERES
ENDI-ARAN
ALMACÉN DE DIRECCIONES
Y PRE-LLV
20% DESCUENTO
EN ARTÍCULOS
AFORAMONTE Y REVESTIMIENTO
DE PALLAS ENTRECCIÓN
CTRA. LA AVANZADA, 42
48940 LEJONA
TFNO.: 94 463 54 67

VENUS
GIMNASIO
C/ San Martín, 33 - 48990 ALGORTA
Tfno: 94 460 17 23

ABIERTO
TODO EL DÍA
SAUNA
AERÓS
MUSCULACIÓN
DAMAS BAILAR
MANTENIMIENTO
CARDIOVASCULAR
TRICHOLOGÍA
COLE MARCHI

ESCUELA DE NATACIÓN
SUBSIDIO INVITACIONAL
UREABI
C/ Vías de Pintxos, 30 (Antiguo Golf)
Estación de Metro: GOBELAS
Teléfono: 94 484 78 86 - LAS ARENAS

Wellcome

**El Periódico de Información Turística de Euskadi
The Basque Country Touristic Information Newspaper**

**Free Copy
Ejemplar Gratuito**

MARZO-ABRIL 1999 MARCH-APRIL • Nº 1 • AÑO 1 YEAR • DEPÓSITO LEGAL BI-547-99

¡Disfruta del País Vasco!

Bienvenidos al País Vasco! Una tierra rica y llena de contrastes, con una excelente gastronomía y una amplia oferta turística y de ocio capaz de satisfacer todos los gustos. Los amantes del mar y los deportes náuticos, tienen a su disposición una de las costas más bellas del mundo, en la que se combinan playas de renombre y calidad, como La Concha donostiarra, con increíbles y espectaculares acantilados. Las montañas y los frondosos bosques y los ricos pastos del interior contrastan con las llanuras alavesas, provincia en la que se cultivan excelentes vinos. Pero el País Vasco cuenta además con una excelente oferta cultural y magníficos equipamientos para cualquier ocasión: el Museo Guggenheim y el Palacio de Euskalduna de Bilbao, el Kursaal o el Acuario donostiarra, por citar sólo algunos. Sin duda, el País Vasco es la mejor elección para disfrutar de nuestro tiempo de ocio.

**NEKAZALTURISMOA
AGROTURISMO
RURAL LODGING**

"Numerous possibilities are opened up with kind of tourism"

Spend a few days soaking up the natural surroundings. Take an active part in the rhythm of the countryside, sharing in new lifestyles, new sights, smells and activities. All this is what awaits you if you decide to take advantage of Agroturismo, or Rural Accommodations. Euskadi offers a wide array of Casas de Agroturismo, or rural accommodations. They are part of a network based on lodging in farmhouses and small hotels, a phenomena which is becoming more popular and better organised all the time. In these accommodations, one can relax and enjoy the outdoors in exceptional surroundings.

**Conoce
y disfruta
Gorliz
Ezagutu
eta gozatu**

**VISIT OUR SPECIAL
RELAX SECTION!!**
Page 12 and 13

**VISITE NUESTRA
SECCIÓN ESPECIAL
DE RELAX**
Páginas 12 y 13