

Aproximación al estudio de la Prensa Local de Barrio en Sevilla

Ana Gómez Mendo

Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación
Periodista del Ayuntamiento de Sevilla

RESUMEN

El artículo ofrece una visión general de la prensa local gratuita en Sevilla capital y referida fundamentalmente a los medios impresos en papel prensa. Esta modalidad ha experimentado un notable éxito en la ciudad, muestra de ello, y así lo constatamos en el texto, es la proliferación de periódicos de distrito editados en los últimos años, así como la aparición reciente de varias publicaciones gratuitas de información general. Así mismo, se apunta el recelo que este fenómeno está provocando en los medios tradicionales de pago de algunos países europeos y que ya se constata en la capital madrileña.

ABSTRACT

The article offers a general vision of the free local press in the capital of Seville and mainly referred to the media printed in paper press. This form has experimented an important success in the city, it shows of it, thus we stated in the text, is the proliferation of district's newspapers published in the last years, as well as the recent appearance of several gratuitous publications of general information. Also, it is notice the distrust that this phenomenon is causing in the traditional media of payment of several European countries and that already stated in Madrid.

Palabras claves: Prensa gratuita/Sevilla/Periódicos de barrio/Publicidad local.

Key Words: Free press/Seville/District's newspaper/Local advertising.

Diecisiete periódicos de barrio existen ya en Sevilla, de los cuales dieciséis son gratuitos y tan sólo uno de pago. Este hecho, al que hay que sumar la aparición en los dos últimos años de varias publicaciones gratuitas de información general sobre la ciudad, confirma el éxito en Sevilla de la prensa local gratuita. Aunque los primeros periódicos de barrio gratuitos nacieron en 1995, todos ellos ya desaparecidos, el crecimiento espectacular de estos medios se produce durante los años 1999, en el que ven la luz cuatro de ellos, y 2000, en el que se gestan un total de nueve iniciativas de estas características.

De formato típico tabloide, impresos en papel prensa y con un número de páginas que oscila entre las 16 y las 32, con algunos casos aislados que suben a

las 40, estos medios informativos, la mayoría de periodicidad mensual a excepción de cuatro de ellos pertenecientes a la misma empresa -Casco Antiguo- con una periodicidad quincenal, suman una tirada aproximada a los 258.000 ejemplares al mes.

La razón de este notable incremento de los medios de comunicación de carácter local y regional la podemos encontrar en la necesidad de los ciudadanos de mantener una conciencia colectiva frente al fenómeno de la globalización. Este hecho, unido al desarrollo tecnológico, ha facilitado la implantación de numerosos medios a pequeña escala, manifestación que ha tomado más fuerza en las grandes capitales.

Nos encontramos con la aparición, sobre todo en el ámbito local, de nuevos sistemas informativos (videos comunitarios, sistemas de televisión por cable a escala local, periódicos de barrio, revistas, radios y televisiones piratas, etc.) que, con poca inversión en su puesta en marcha, pueden autofinanciarse cómodamente a través de ingresos por publicidad procedentes del sector comercial de carácter local. Su éxito radica en el interés por parte del ciudadano de conocer todo aquello que acontece en el entorno geográfico más inmediato.

Para Marciá Mercadé «el interés del lector se distribuye entre su deseo de conocimiento amplio, la información internacional y nacional que le proporciona el «gran» diario (nacional, interregional y algunos regionales de mayor difusión)», y el afán de saber acerca del acontecer más asequible y próximo, que le afecta de un modo más directo (los «medianos» y «pequeños» periódicos de la capital de provincia, de la comarca, de su población o del barrio)».¹

La denominada «prensa cercana» está de moda. Y a la tradicional división en provincial, comarcal y local, aparecen con gran fuerza otras modalidades como la municipal, la de barrio y la gratuita. Todas ellas persiguen un objetivo común: la defensa de la identidad no sólo de las pequeñas comunidades sino también la del propio individuo, amenazada en los últimos años por el protagonismo que han adquirido los acontecimientos de carácter mundial y regional.

Las nuevas tecnologías han provocado una saturación de mensajes que han derivado en el aburrimiento y, en muchos casos, en el desinterés del receptor. Poco a poco los individuos se han ido interesando más por aquella información generada en su entorno inmediato que por los sucesos de carácter general. Este hecho ha propiciado grandes cambios en el mundo de la comunicación. En primer lugar, fue la prensa regional la que, mediante las edicionalizaciones, fue acercándose a las distintas provincias. Después, la prensa local fue dedicando cada vez mayor atención a los barrios. Sin embargo, parece que los periódicos locales tampoco cubren toda la información local que demanda el lector. De ahí, que la prensa de barrio venga a cubrir el vacío informativo existente.

1 MACIÁ MERCADÉ, Juan. *La comunicación regional y local*. Ciencia 3. Madrid, 1993, pág. 94.

Juegan un importante papel como instrumentos de cohesión social

Estos periódicos de barrio, por su cercanía al lector y a todo aquello que a éste le interesa, le preocupa, están en mejor disposición de dar respuesta a la demanda informativa que se plantea en la comunidad a la que pertenece. Por otra parte, este mayor conocimiento entre el medio de comunicación y los receptores de la información hace que exista por parte de estos últimos un control más exhaustivo de la actividad informativa.

Para Jáuregui² «los medios de comunicación de carácter local se hallan sometidos a un control social mucho más estrecho por parte de sus receptores de información, entre otras razones por la mayor facilidad existente para establecer e institucionalizar sistemas específicos de control».

Hay que tener en cuenta otra función importante y que, sin duda, confiere a estos medios un gran valor en cuanto que se convierten en elementos importantes para la profundización en la democracia. Esta función es la de acercar a los políticos a la realidad de las distintas comunidades, puesto que contribuyen a que los gobiernos municipales estén al tanto de forma directa de las necesidades, problemas e inquietudes de los vecinos. De esta forma, resulta más fácil dar respuesta a las demandas planteadas.

Al permitir una mayor participación del lector, que encuentra una tribuna fácil para hacer llegar sus críticas, comentarios e indicaciones a los responsables municipales, estos medios actúan, en numerosas ocasiones, como importantes instrumentos de control de aquellas actuaciones que los poderes públicos proyectan o ejecutan en las zonas donde se difunden.

Finalmente, no podemos olvidar otra de las características de estos medios. La información periodística que ofrecen los periódicos de barrio, además de satisfacer las necesidades que los ciudadanos tienen de conocimiento de la actualidad, es un importante instrumento de cohesión social. Un buen entendimiento entre el lector y el periódico, siendo éste reflejo de sus inquietudes y necesidades, hace que se fomente, en gran medida, el sentimiento de comunidad.

La publicidad como medio de promoción empresarial

Esta modalidad de prensa es fundamentalmente gratuita, vive de las inserciones publicitarias. Y esto es así porque los empresarios locales se han dado cuenta de que publicitarse en los medios del barrio es una buena forma de promocionarse y más rentable que hacerlo en los grandes medios nacionales, regionales o locales. El aumento de la publicidad en estos medios hace que esta modalidad de prensa tenga grandes posibilidades de autofinanciarse y, por lo tanto, un gran futuro.

2 GURUTZ JÁUREGUI BERECIARTU. *Medios de comunicación y poder: El control de los flujos de la información*. Trabajo realizado con motivo de su participación en el Basque Studios Program, de la Universidad de Nevada (USA).

Localizamos la información publicitaria reflejada en sus tres aspectos habituales. En primer lugar, se constata en algún que otro medio, si bien la presencia es muy escasa, la existencia de inserciones de grandes marcas, aunque el predominio, sin duda, es el de los anuncios locales procedentes de los pequeños y medianos empresarios de la zona, así como una gran variedad de pequeños anuncios o anuncios por palabras.

Entre los sectores que más ingresos aportan a los periódicos de barrio destacan el transporte, tanto el público como la automoción privada; el sector servicios en general; el comercio, en sus modalidades de grandes superficies y pequeños comerciantes (muebles y decoración, moda y confección, material fotográfico, material informático y de oficina, etc.); la restauración; la actividad inmobiliaria; la educación y la enseñanza; centros médicos y servicios sanitarios en general; autoescuelas; belleza; higiene y salud, etc.

La publicidad privada aventaja y con gran diferencia a la de carácter institucional. Sin embargo, es fácil comprobar cómo en los dos últimos años, y debido al éxito de esta modalidad de prensa, los ingresos obtenidos gracias a la

publicidad contratada con las administraciones públicas, en especial las locales, han ido creciendo sobre todo en los medios que han conseguido una mayor implantación en la comunidad donde se distribuyen.

Disponemos, pues, a la hora de concebir un periódico de barrio de dos tipos de información: la que genera los acontecimientos que se producen en el entorno de la comunidad y la que proviene del mercado publicitario. En ambas modalidades de información, la noticiable y la publicitaria, se detecta, con relativa frecuencia, la presión que intentan ejercer, por un lado, los poderes fácticos o pequeños grupos de presión locales y, por otro, los anunciantes, que puede llegar a condicionar de forma importante el contenido de la información. Esta presión, en los dos casos, se contrarresta, en cierta medida, por los mecanismos de control de los pro-

LA VES DEL BARRIO 8 Mayo 1997

DE COMPRAS POR TU BARRIO

S'KARPHA
NUEVA APERTURA EN LOS REMEDIOS. TAPICERÍA Y DECORACIÓN ITALIANAS DESDE 1.400 Ptas./m². MCATE CAMELO, 7. TEL. 427 43 41

Tobias
MODA INFANTE
7 DIAS DE ORO
C/ Monte Carmelo, 16 (junto a la Virgen de Regia)
Teléfono y Fax: 427 94 40
Los Remedios 41011 SEVILLA

LB multimedia
-CD-ROM- INTERNET- PUBLICACIONES-
En estos días, regale futuro

Hogares
DECORACIÓN COMPLEMENTOS

pios ciudadanos, mucho más sutiles en este tipo de prensa por su cercanía y conocimiento de todo aquello que acontece, y que demuestran que es en la propia noticia local y no en la orientación interesada de la información donde radica el éxito de estos medios informativos.

En cuanto a las ventajas de este tipo de prensa es la gratuidad una de las más importantes. Al lector conseguir este periódico no le ocasiona desembolso alguno de dinero y, además, llega a sus manos con mayor facilidad que otros; lo encuentra en los establecimientos o lugares que suele frecuentar a diario. Este hecho hace que llegue a un público mucho más amplio y menos selectivo que el lector habitual de prensa.

En este desarrollo de la prensa de barrio también han influido otras circunstancias, como las ventajas que tiene en su distribución respecto a la prensa nacional y regional, diferencias que afectan tanto al coste como a la rapidez. Al cubrir un ámbito menor, el transporte es más fácil y más barato. El equipo de distribución puede ser propio o se contratan los servicios de una empresa a la que se encomienda estas tareas. El trabajo que tiene que hacer esta empresa nada tiene que ver con el que realizan las firmas que pertenecen al circuito de distribución de la prensa habitual.

Estos periódicos son gratuitos por lo que no se distribuyen a través de kioscos o librerías y tampoco abundan las suscripciones. El reparto de ejemplares se hace en establecimientos públicos de gran afluencia (bares, restaurantes, entidades bancarias, centros médicos y comercios en general), en organismos oficiales, gabinetes de prensa, Hemeroteca Municipal en algún caso, bibliotecas, centros cívicos, centros educativos (institutos y colegios) y asociaciones y entidades de diversa índole, destinos la mayoría de ellos muy próximos entre sí. Otro método de distribución empleado por esta modalidad de prensa es el del buzoneo, mediante el cual el periódico llega al propio domicilio del lector. En este caso o se puede encargar a una empresa privada, lo cual resulta muy costoso, o llevar a cabo el reparto con medios propios.

De todas las modalidades que engloba la llamada «prensa cercana», es la prensa de barrio la que más llama la atención por su rápido crecimiento y gran relevancia en la comunidad, sobre todo en las grandes capitales. Si es verdad que la prensa local de barrio se ha manifestado en Sevilla con cierto retraso, no es menos cierto que lo ha hecho con gran fuerza. Tras varias experiencias surgidas en 1995, que acabaron en fracaso, entre 1996 y 1997 se ponen en marcha una serie de proyectos, algunos de los cuales llegan hasta hoy, como es el caso de la empresa informativa Casco Antiguo o del periódico *La Voz del Distrito. Nervión-San Pablo*. Sin embargo, el boom de este tipo de prensa lo situamos entre 1999 y 2000, años en los que se produce la expansión propiamente dicha.

Un número de dieciséis periódicos de barrio de carácter gratuito circulan por la ciudad

En estos momentos, se editan en Sevilla dieciséis periódicos de barrio gratuitos. Sólo una de las empresas, El Espejo, de reciente constitución, cubre en su totalidad los seis distritos en los que se estructura la ciudad, llegando a todos los barrios de la capital hispalense, con una tirada de 120.000 ejemplares y un audiencia estimada de unos 240.000 habitantes. El resto de los proyectos empresariales cubren varios e incluso un solo distrito. Ediciones Casco Antiguo editan cuatro cabeceras: *Casco Antiguo*, *Macarena*, *Triana-Los Remedios*, y *Nervión-San Pablo*. Jirigu Ediciones, publica *Centro Histórico*; *Macarena*, *Tu Barrio*, y, en tercer lugar, *Triana Universal* y *Los Remedios*, *Tu Barrio*. La Asociación Cultural CEDIS es la responsable de *La Voz del Distrito*. *Nervión-San Pablo* y *La Voz del Distrito*. *Distrito Sur*. Y, por último, a iniciativa de un grupo de vecinos del Cerro del Águila, y con el apoyo de la Asociación de Vecinos Delta, se edita otro de estas características: *A Vista de Águila*.

Antecedentes

La historia de la prensa local de distrito en Sevilla no va más allá de 1995, año en el que tiene lugar el nacimiento de los primeros periódicos de barrio. El antiguo arrabal trianero es el lugar elegido para dar el pistoletazo de salida; pero, curiosamente, fueron dos las iniciativas que se pusieron en marcha casi al mismo tiempo y en la misma zona: *Nuestra Orilla*, que nace el 27 de abril del 95, coincidiendo con la Feria de Abril, y que en el segundo número cambia su nombre por el de *La Voz de tu Orilla*, y *La Otra Orilla*, que sale el 25 de mayo del mismo año y que tan sólo dura seis meses. El ámbito de influencia es Triana y Los Remedios, barrios que administrativamente forman parte del mismo distrito. Su elección se debe, fundamentalmente, a razones de carácter histórico, que confieren al barrio trianero una gran personalidad y, en consecuencia, la características adecuadas para acoger un proyecto de estas características.

El barrio de Nervión también se convierte en punto de mira de los nuevos emprendedores. En agosto de 1995 se publica el número 0 del periódico *El Templete* y en octubre del 96, tras el cierre de éste, que permanece en la calle aproximadamente un año, sale a la luz *La Voz de Nervión*. El centro de la ciudad se convierte en el tercer barrio que se suma a esta aventura. De esta forma, en diciembre del 96 nace *Casco Antiguo*. Con posterioridad, a principios del 97 se constituye Ronda Norte, que en otoño del 98 se une a la empresa editora de Casco Antiguo para abaratar costes y cambia su nombre, poco después, por el de *Macarena*. A finales del 97, concretamente en el mes de diciembre, y ya fuera de la circulación *La Voz de tu Orilla* y *La Voz de Nervión*, que cierran en julio de ese año, sale *La Voz del Distrito*. *Nervión-San Pablo*. Todos siguen el mismo modelo, el periódico de barrio madrileño Barrio de Salamanca, cuyo éxito fue seguido de cerca por los empresarios sevillanos, que trasladaron la experiencia a Sevilla.



Reproducimos las portadas de los dos primeros periódicos de distrito de Sevilla. Ambos vieron la luz en la primavera del 95 en el barrio de Triana.

Situamos, por tanto, los antecedentes de la prensa local de distrito en Sevilla en 1995 y 1996, años en los que se editaron los cinco primeros periódicos que se crearon en la ciudad. Ninguno de los tres que vieron la luz en el 95 lograron mantenerse y, según sus promotores, por falta de rentabilidad. De los otros dos, La Voz de Nervión, que nace en octubre del 96, y Casco Antiguo, en diciembre del mismo año, sólo ha continuado su labor informativa hasta nuestros días Casco Antiguo, cuya empresa ha logrado expandirse y consolidarse en la ciudad.

El fracaso de estos periódicos se debió, posiblemente, a diversas causas. En primer lugar, a la escasa presencia de publicidad, única vía de financiación de estos medios, motivada, presumiblemente, por una mala gestión publicitaria ante la falta de comerciales en aquellas fechas, así como por el talante conservador de los empresarios, que no se arriesgaban a invertir en su autopromoción en estos incipientes medios.

Otra de las causas pudo ser la falta de experiencia que los responsables de estos periódicos tenían en el sector de la comunicación. Tan sólo uno de ellos era periodista, pero desconocía por aquellas fechas los entresijos del mundo empresarial informativo. A estas circunstancias hay que sumar la ausencia de medios, tanto

EL TEMPLETE
PERIÓDICO DE NERVIÓN

MIRADOR DE SANTA JUSTA
PRIMERA PUBLICACIÓN

PERIÓDICO DE NERVIÓN - Nº 2.501 - DOMINGO 20 DE AGOSTO DE 1995

El Centro Cívico en la Buhaira se abre en otoño

Aunque la mayoría de la zona de la Buhaira de Nervión, se sitúa fuera del núcleo urbano, el Centro Cívico de la Buhaira se abre en otoño. El edificio, que se encuentra en la zona de la Buhaira, se sitúa fuera del núcleo urbano. El edificio, que se encuentra en la zona de la Buhaira, se sitúa fuera del núcleo urbano.

PASION SEVILLISTA
Los seguidores del fútbol en la Buhaira de Nervión, se sitúan entre los mejores de la zona.

Presidente Covañas:
El presidente del Centro Cívico de la Buhaira, se sitúa entre los mejores de la zona.

Pintinho forja futbolistas
El entrenador del equipo de fútbol de la Buhaira, se sitúa entre los mejores de la zona.

CEDECO
ESTRUCTURAS PROFESIONALES
TÚ, ELIGES TU PROFESIÓN, NOSOTROS TE GARANTIZAMOS EL APRENDIZAJE.
PREPARATE CON LA GARANTÍA DEL LIEBRE.

LA VOZ de NERVION

PERIÓDICO DE NERVIÓN - Nº 2.501 - DOMINGO 20 DE AGOSTO DE 1995

El pueblo sevillano por fin pudo visitar el yacimiento de La Buhaira

El pueblo sevillano por fin pudo visitar el yacimiento de La Buhaira. El pueblo sevillano por fin pudo visitar el yacimiento de La Buhaira.

Ya los presentamos como El Centro Acuario

La Huelga de Yara, Sa. del Sur quiere ser de perdición

Hoy con presentaciones con tecnología

AMBIENTES CÁLIDOS
MUEBLES - DECORACION
LISTAS DE BODA
VINO DEL PULGAR, 2
495 22 48
PREMIADO DEL PULGAR, 1
PREMIADO DEL PULGAR, 1
PREMIADO DEL PULGAR, 1

35.000 EJEMPLARES SUCCEDERÁN, VOLVIENDO EL PRÓXIMO VIÉNES DÍA 3

El espacio dejado por *El Templete*, editado en agosto del 95 en el barrio de Nervión, es sustituido en octubre del 96 por *La Voz de Nervión*. Ninguno ha logrado mantenerse hasta nuestros días

personales como materiales, y el hecho de que aún no disponían de fácil acceso a todos los recursos tecnológicos que con posterioridad nos han facilitado las Nuevas Tecnologías.

Evolución de la prensa local de distrito en Sevilla

Como hemos dicho el boom de esta modalidad se produce entre 1999 y 2000, años en los que aparecen 13 nuevos proyectos de medios informativos que responden a la denominación de prensa local de barrio. Todos ellos continúan su edición en la actualidad.

Con el periódico de barrio *Casco Antiguo* arranca en 1996 la empresa «Ediciones Casco Antiguo», constituida como sociedad civil en un principio y que más tarde se convierte en sociedad limitada. Ya a finales de 1999, y tras absorber en el 97 *Ronda Norte*, que pasa a denominarse *Macarena*, esta empresa saca a la calle otros dos: *Triana-Los Remedios* y *Nervión-San Pablo*, cubriendo de esta forma los distritos más importantes de la ciudad.

A *Vista de Águila*, cuyo ámbito de influencia es exclusivamente el barrio del Cerro del Águila, en el Distrito Este, sale en junio de 1999, promovido por un

vecino del barrio, en colaboración con la Asociación de Vecinos Delta. Aunque en un principio no se publica con clara intención de continuidad, una vez editados varios números y constatada su excelente acogida se pone en marcha la Asociación Cultural Divulgativa Águila (ACDA), sociedad civil a la que se le encomienda la edición del nuevo medio informativo.

En septiembre del 99 nace *La Voz del Distrito. Distrito Sur*, cuyo promotor es Fernando Gelán, veterano periodista que en el 97 funda *La Voz del Distrito. Distrito Nervión-San Pablo*. Para la puesta en marcha de estas dos cabeceras, ambas de periodicidad mensual, se crea una asociación cultural sin ánimo de lucro, que con el nombre de CEDIS (Centro de Estudios de los Distritos) preside Fernando Gelán.

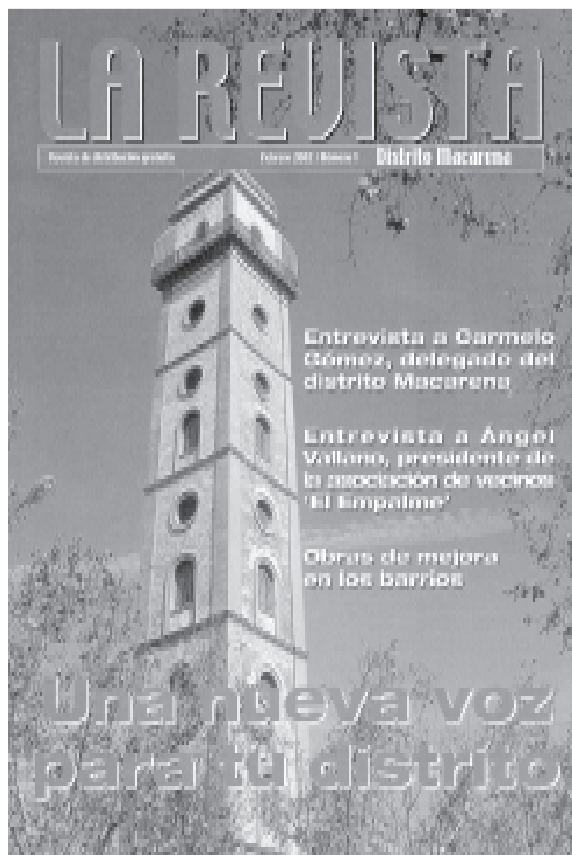
Por las mismas fechas, nace otro periódico de barrio en el Distrito Este.

Sale a la luz con la denominación de *Este de Sevilla*. En un principio la empresa, creada por jóvenes estudiantes de Periodismo, tenía la intención de ampliar el número de cabeceras cubriendo otras zonas de la ciudad, pero parece que el proyecto inicial se fue a pique pronto.

Por el contrario, la empresa El Espejo sí que prosperó y en un tiempo record se extendió prácticamente por toda la ciudad. El origen de esta empresa fue una productora de vídeos denominada SERVIMAGEN, puesta en marcha en 1996 por dos hermanos, entonces estudiantes de Ciencias de la Informática y grandes aficionados al mundo audiovisual. Más adelante probaron fortuna en la prensa escrita y con gran éxito se fueron introduciendo en una gran mayoría de municipios de Sevilla (cuentan con doce cabeceras en la provincia hispalense). Ya con varias líneas de negocio en el mundo de la comunicación, estos jóvenes empresarios constituyeron GRUCOSUR, Grupo de Comunicación del Sur, que en mayo de 2001 ha pasado a denominarse ANDALUMEDIA. Hoy día controlan una amplia red de periódicos de carácter provincial (tres en Almería, aparte de los de la provincia de Sevilla) y local (en Almería capital también editan tres periódicos de distrito), algún medio regional e, incluso, cuentan ya con su propia empresa de publicidad.



Casco Antiguo (1996) es el más antiguo de los periódicos de distrito



A los periódicos de barrio, se suman revistas que con un contenido similar amplían su oferta informativa. Esta portada responde a *La Revista. Distrito Macarena*, editada recientemente.

El Espejo extiende su red durante el año 2000 por los seis distritos en los que se estructura la ciudad, llegando a todos los barrios de la ciudad. A las cabeceras *El Espejo del Centro*, *El Espejo de Triana-Los Remedios*, *El Espejo de la Macarena*, *El Espejo del Distrito Sur*, *El Espejo del Distrito Este* y *El Espejo del Distrito Nervión-San Pablo*, hay que añadir *El Espejo del Aljarafe* y *El Espejo Inmobiliario*, suplemento inmobiliario que se distribuye en el interior de todas las cabeceras editadas por la empresa.

En el año 2000 nacen otros tres periódicos más. La empresa editora, Jirigu Ediciones, nace en 1998 con el objetivo de poner en marcha el periódico *Blanco y Rojo*, dedicado exclusivamente a dar información sobre el equipo del Sevilla Fútbol Club. El éxito de este periódico deportivo llevó a su promotor a poner en marcha tres periódicos en tres de las zonas

más significativas de la ciudad. En el mes de febrero salen a la luz **Macarena, Tu Barrio y Centro Histórico** y, en mayo del mismo año, *Triana Universal* y *Los Remedios, Tu Barrio*.

También de carácter gratuito pero con formato de revista, están apareciendo algunas publicaciones periódicas que contienen información sobre alguna zona concreta de la ciudad. En febrero de 2002 salió el número 1 de *La Revista. Distrito Macarena*, con el lema «Una nueva voz para tu distrito». De momento, sale con dieciséis páginas pero en breve ampliará su número. Con una población que supera los 150.000 habitantes, la Macarena cuenta ya con cuatro proyectos informativos en marcha, éste último con el objetivo de ampliar la oferta informativa de este barrio. De periodicidad mensual y con una tirada de 10.000 ejemplares, esta revista incluye entrevistas, reportajes y noticias de las actuaciones y proyectos que

**NACIMIENTO DE LA PRENSA LOCAL DE DISTRITO EN SEVILLA.
CUADRO CORRESPONDIENTE A LOS AÑOS 1995 Y 1996.**

PERIÓDICO	EMPRESA EDITORA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	FECHA DE NACIMIENTO	FECHA DE DESAPARICIÓN	PERIODICIDAD	TIRADA
Nuestra Orilla (sólo nº 0) La Voz de tu Orilla	JIMBJ Ediciones (1995) Nuestra Orilla S.L.	Distrito Triana-Los Remedios	27 de abril de 1995	Julio de 1997	Quincenal	30.000
La Otra Orilla	Local Press S.C.	Distrito Triana-Los Remedios	25 de mayo de 1995	Noviembre de 1995	Semanal (hasta el nº 15) y quincenal	8.000
El Templete	Manuel Bellido Servicios Generales de Publicidad S.C.	Distrito Nervión	Agosto de 1995	Último trimestre de 1996	Quincenal	10.000
La Voz de Nervión	Nuestra Orilla S.L.	Distrito Nervión	24 de Octubre de 1996	Julio de 1997	Quincenal	25.000
Casco Antiguo	Ediciones Casco Antiguo	Distrito Casco Antiguo	12 de Diciembre del 96	Continúa en la actualidad	Quincenal	15.000

PRENSA LOCAL GRATUITA DE DISTRITO EN SEVILLA. AÑO 2002

PERIÓDICO	EMPRESA EDITORIA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	FECHA DE NACIMIENTO	PERIODICIDAD	TIRADA
Casco Antiguo	Ediciones Casco Antiguo	Distrito Casco Antiguo	Diciembre del 96	Quincenal	15.000
Macarena (antiguo Ronda Norte)	Ediciones Casco Antiguo	Distrito Macarena	Otoño de 1998	Quincenal	15.000
Triana-Los Remedios	Ediciones Casco Antiguo	Distrito Triana-Los Remedios	1999	Quincenal	15.000
Nervión-San Pablo	Ediciones Casco Antiguo	Distrito Nervión	Noviembre de 1999	Quincenal	15.000
La Voz del Distrito. Nervión-San Pablo	Asociación Cultural CEDIS	Distrito Nervión	Diciembre de 1997	Mensual	20.000
La Voz del Distrito Sur	Asociación Cultural CEDIS	Distrito Sur	Septiembre de 1999	Mensual	20.000
A Vista de Águila	Asoc. Cult. Divulgativa Águila (ACDA)	Distrito Este (Cerro del Águila)	Junio de 1999	Mensual	8.000
Macarena, Tu Barrio	Jirigu Ediciones	Distrito Macarena	Febrero de 2000	Mensual	10.000
Centro Histórico	Jirigu Ediciones	Distrito Casco Antiguo	Febrero de 2000	Mensual	10.000
Triana Universal y Los Remedios	Jirigu Ediciones	Distrito Triana-Los Remedios	Mayo de 2000	Mensual	10.000
El Espejo del Este	Grupo Andalumedia	Distrito Este	Marzo de 2000	Mensual	20.000
El Espejo de la Macarena	Grupo Andalumedia	Distrito Macarena	Mayo de 2000	Mensual	20.000
El Espejo de Nervión-San Pablo	Grupo Andalumedia	Distrito Nervión	Mayo de 2000	Mensual	20.000
El Espejo del Centro	Grupo Andalumedia	Distrito Casco Antiguo	Junio de 2000	Mensual	20.000
El Espejo del Sur	Grupo Andalumedia	Distrito Sur	Junio de 2000	Mensual	20.000
El Espejo de Triana-Los Remedios	Grupo Andalumedia	Distrito Triana-Los Remedios	Julio de 2000	Mensual	20.000

se están ejecutando en el distrito, además de información de ocio y cultura, todo a color y con numerosas fotografías, lo que le da mayor atractivo. La edita la empresa A.S.G. Corporación Andaluza de Medios, sociedad limitada que publica también *Circular por Sevilla* y que estudia sacar a la luz otras publicaciones similares en algún que otro distrito de la ciudad.

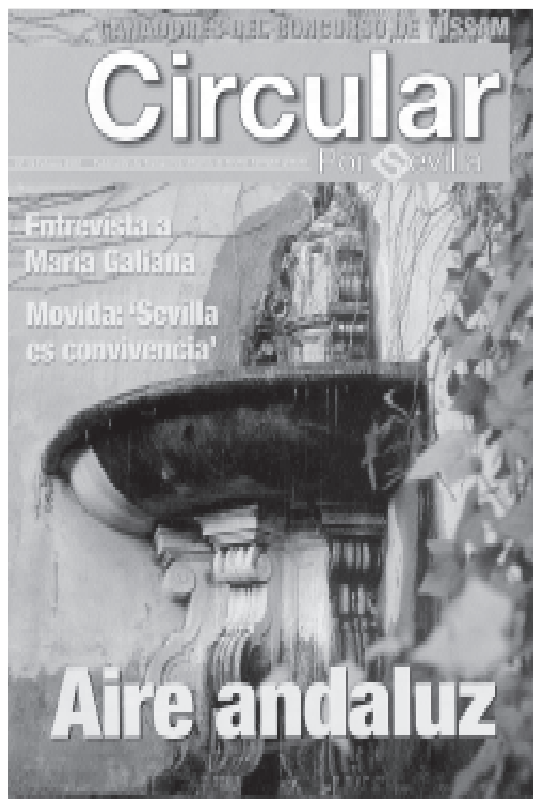
La consolidación de una buena parte de estos medios informativos, alguno de ellos en circulación desde el 96, se debe a una clara mejora en la calidad tanto en lo que se refiere al contenido como al diseño periodístico, además de la amplia y variada oferta de servicios que se contienen sus páginas.

La gratuidad comienza a preocupar

Los periódicos de barrio citados suman un total de dieciséis, todos ellos gratuitos. Sin embargo, a principios de este año 2002 hemos asistido al nacimiento de un nuevo periódico de barrio, Triana Información, cuyo ámbito de influencia se extiende, así mismo, a Los Remedios, y que presenta una peculiaridad: cuesta 0,90 euros. Se puede adquirir en los puntos de venta habituales, es decir kioscos y librerías, de la zona de Triana y Los Remedios. Es, en la actualidad, el único periódico sevillano de distrito que no es gratuito. La empresa editora, Publicaciones del Sur, con implantación en toda Andalucía, edita, según aparece en la página Web construida por el grupo, 45 periódicos, con una audiencia estimada de 300.000 lectores. Sólo Cádiz, cuenta con 19 periódicos, todos ellos de carácter provincial y comarcal; en la provincia de Córdoba, con siete; en la de Málaga, con cinco; en la de Huelva, con cuatro; en la de Jaén, con otros cuatro; en la de Granada, con uno, y en la de Sevilla, con siete, seis en la provincia y uno en la capital. Además, dispone de una agencia de noticias, dos televisiones locales y una emisora de radio. El grupo Publicaciones del Sur, nacido en 1994, ha pasado de 11 cabeceras con las que contaba en sus inicios a las



La Voz de Sevilla es el único diario gratuito de información general que existe en Sevilla.



Circular por Sevilla, revista gratuita de periodicidad mensual, se reparte en la red de autobuses de TUSAM.

más de 45 que pertenecen hoy día a esta red andaluza de comunicación local, todas ellas de pago.

Pero, tenemos también en la prensa diaria, y por primera vez en Sevilla, el caso contrario. En noviembre del pasado año 2001 nació en la capital hispalense la primera edición diaria con carácter gratuito, siguiendo los ejemplos de Madrid, Barcelona y Bilbao, entre otras grandes capitales. En la cabecera lleva el nombre de La Voz de Sevilla y cuenta con 24 páginas, siendo su distribución similar a la de los periódicos de distrito.

Otro periódico gratuito ha hecho su aparición recientemente. Su nombre: El Río y ha salido a la calle en marzo de 2002. Con una periodicidad mensual, formato tabloide y con dieciséis páginas, está editado por la empresa Calle Ancha, S.C. Según explica el editorial del número 1 de esta publicación, nace con una vocación temática: El

Guadalquivir. Sus páginas se centrarán fundamentalmente en aquellas noticias e informaciones que tengan como eje central el río Guadalquivir, uno de los grandes motores de la economía sevillana, y uno de los principales protagonistas de la historia de la ciudad.

De formato arrevistado y con periodicidad mensual, aunque ofrece igualmente información general de la ciudad, salió a la luz en enero de 2001, con la colaboración de la empresa pública de Transportes Urbanos de Sevilla (TUS-SAM), dependiente del Ayuntamiento hispalense, la Revista Circular por Sevilla, experiencia similar a la de Metro, pionera en España. Y la calificamos de similar en cuanto a su distribución y no a la periodicidad, formato o contenido. La tirada de Circular por Sevilla es de 75.000 ejemplares, repartidos por toda la red de autobuses de TUSAM, y su edición está a cargo de A.S.G. Corporación Andaluza de Medios, sociedad limitada que dirige Óscar A. Serrano. Su información, aunque toca diversos temas de interés general del ciudadano de Sevilla, se centra, principalmente, en las novedades que se producen en el ámbito urbano, el transporte

colectivo y el tráfico, además de dar a conocer aquellas actividades que se organizan para el ocio y el disfrute de sus lectores.

Además de las publicaciones citadas, existen en Sevilla un gran número de revistas de carácter gratuito pero monotemáticas, algunas de ellas cuentan ya con una dilatada experiencia y gran implantación en la ciudad. Encontramos algunos proyectos interesantes de carácter monográfico que giran en torno a la cultura, como *El Giraldillo*, al turismo, la gastronomía, la empresa, etc. Pero ninguna de estas iniciativas han tenido contestación por parte de la prensa de pago.

Sin embargo, poco después de la salida del nuevo diario gratuito de información general *La Voz de Sevilla*, y aprovechando un encuentro que reunía a empresarios de la edición, distribución y venta de prensa, los quiosqueros reclamaron la regulación de la prensa gratuita para evitar agravios, al considerar injusto que estos medios burlen los controles de inspección laboral y fiscal establecidos.

El éxito de la prensa gratuita de información general en Madrid y Barcelona ha provocado la reacción de los editores de periódicos convencionales. La tirada de Madrid y *M@s* y Barcelona y *M@s*, editados por la compañía «20 Minutes Holding AG», y *Metro Directo Madrid* y *Metro Directo Barcelona*, que editan la compañía *Metro Internacional* del grupo sueco *Modern Times Group*, ha superado según los datos de OJD la venta de los grandes diarios convencionales en Madrid y Barcelona. En Barcelona, los editores de diarios de pago han presentado una demanda ante el Tribunal de la Competencia y en Madrid, el Ayuntamiento ha regulado, a través de la modificación de las ordenanzas, la venta de periódicos en la vía pública.

En Francia, donde la prensa diaria gratuita ha conseguido arrebatarse un gran número de lectores a los periódicos de pago, la reacción tampoco se ha hecho esperar. Mientras que en España son los editores de los diarios convencionales los que han presentado batalla, en el país vecino es el sindicato del Libro-CGT quien abanderó la lucha. En numerosas ocasiones los sindicalistas han protagonizado aparatosos incidentes en la guerra que desde hace un tiempo mantienen para evitar la implantación de los gratuitos en el país. En marzo de 2002, los altercados se han vuelto a repetir y unos 200.000 ejemplares del gratuito *Metro* se esparcieron por el centro de la capital creando graves problemas de tráfico. También se ve amenazado el grupo noruego «20 Minutos», que tiene previsto instalarse en Francia. Los sindicalistas reivindican que todos los diarios, gratuitos o no, sean impresos y distribuidos siguiendo las reglas de la profesión.

Metro Internacional, el grupo editor sueco, y el sindicato citado ya han llegado a un acuerdo en Marsella, que afecta a las condiciones de fabricación, distribución y difusión. El acuerdo, que debe aplicarse en Marsella y en todas las demás ciudades de la Francia Metropolitana, no parece que vaya a solucionar los problemas que los gratuitos tienen en París, ya que las empresas distribuidoras se niegan a realizar el reparto.

Es evidente que la prensa local y sus nuevas modalidades, como es el caso de la prensa gratuita, va tomando ventajas respecto a otras publicaciones. Parece estar claro que resta lectores a los medios tradicionales de pago, de ahí que la alarma se haya extendido a otros países europeos como es el caso de Suecia, Alemania, Italia, Inglaterra o Suiza. Se ha abierto un debate y se hace necesario que las partes en litigio comiencen a dialogar. La prensa ha experimentado una inesperada evolución que requiere la intervención de los poderes públicos que la lleve a una nueva regulación.

(Recibido el 18-2-2002, aceptado el 24-3-2002)

ANEXO

12 Casco Antiguo

Economía

01 DE MARZO DE 1997

El callejero

Zaragoza, una calle comercial para visitar y disfrutar de su historia

La ciudad zaragozana es una de las mejores del país...

El centro de Zaragoza es una de las mejores del país...

El centro de Zaragoza es una de las mejores del país...

Ena Merello

Zaragoza es una de las mejores del país...

Zaragoza es una de las mejores del país...

El centro de Zaragoza es una de las mejores del país...

El centro de Zaragoza es una de las mejores del país...

El centro de Zaragoza es una de las mejores del país...

El centro de Zaragoza es una de las mejores del país...

El centro de Zaragoza es una de las mejores del país...

El centro de Zaragoza es una de las mejores del país...

El centro de Zaragoza es una de las mejores del país...

El centro de Zaragoza es una de las mejores del país...

El centro de Zaragoza es una de las mejores del país...

Calidad, precios y comodidad en el comercio de Zaragoza

Advertisement for 'Muebles CARRETO OROZCO' featuring a logo and contact information.

Advertisement for 'COPY SEVILLA' with a list of services and contact details.

Advertisement for 'Antigüedades Angel Luis Frinasa' featuring a statue and contact information.

Advertisement for 'TÁVORA Viajes y Congresos' with a logo and contact details.

EL RÍO

REVISTA DE LA CIUDAD DE SEVILLA LA GRAN ARDIDA DE SEVILLA

La "Ciudad del Ocio" espera su aprobación

El proyecto para el Muelle de Nueva York está en fase de revisión por parte del consistorio

El Ayuntamiento de Sevilla está en fase de revisión del proyecto de urbanización del Muelle de Nueva York, un espacio que se prevé que será el núcleo de la "Ciudad del Ocio".

El Ayuntamiento de Sevilla está en fase de revisión del proyecto de urbanización del Muelle de Nueva York, un espacio que se prevé que será el núcleo de la "Ciudad del Ocio".

El Ayuntamiento de Sevilla está en fase de revisión del proyecto de urbanización del Muelle de Nueva York, un espacio que se prevé que será el núcleo de la "Ciudad del Ocio".



Informe

PROYECTOS PARA EL RÍO

Los proyectos de urbanización del río Guadalquivir en Sevilla están en fase de revisión por parte del Ayuntamiento de Sevilla.

Los proyectos de urbanización del río Guadalquivir en Sevilla están en fase de revisión por parte del Ayuntamiento de Sevilla.

Pág. 10



Sumario

Actualidad

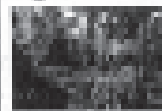


LA INICIATIVA PARA EL PUERTO

El Ayuntamiento de Sevilla está en fase de revisión del proyecto de urbanización del Muelle de Nueva York.

Pág. 4

Agenda



IMPRESIONISMO EN SEVILLA

El Ayuntamiento de Sevilla está en fase de revisión del proyecto de urbanización del Muelle de Nueva York.

Pág. 1-8

Historia



APUNTES SOBRE EL CANAL CÁDIZ

El Ayuntamiento de Sevilla está en fase de revisión del proyecto de urbanización del Muelle de Nueva York.

Pág. 1-8

Reportaje

EL SEVILLA MARITIMO DE SEVILLA

El Ayuntamiento de Sevilla está en fase de revisión del proyecto de urbanización del Muelle de Nueva York.

Pág. 11