

blicado el pasado año 2015 por el servicio de publicaciones de la Universitat Oberta de Catalunya, la imparable y productiva editorial UOC.

El profesor García López, además de conferenciante y colaborador de varios medios audiovisuales y digitales, es también autor de diferentes manuales universitarios en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación, sobre todo en el campo de la Publicidad y de las Relaciones Públicas. La seriedad de su trabajo viene apuntalada por dos pilares. Por un lado, destaca su experiencia profesional en el mundo de la comunicación, trabajó para el Boletín Oficial del Estado en el Ministerio de la Presidencia y para el Instituto Cervantes a través del Ministerio de Asuntos Exteriores. Por otro lado, es preciso destacar su sólida formación universitaria. Es Doctor en Comunicación (Cum Laude), Máster en Crítica y Argumentación Filosófica por la Universidad Autónoma de Madrid y Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Católica San Antonio de Murcia. En la actualidad, Javier García López es profesor e investigador de la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA), pero anteriormente ha sido profesor en otras universidades como la Universidad San Jorge (USJ) de Zaragoza. También ha sido profesor visitante en diferentes universidades españolas y europeas, bien gracias a los programas de movilidad europea, como a su colaboración con diferentes y prestigiosos grados y postgrados nacionales y extranjeros.

Francisco Cabezuelo Lorenzo  
Universidad de Valladolid

## La prensa más cara del mundo. Historia de los diarios gratuitos españoles

---

Arturo Gómez Quijano

Fragua

Madrid, 2016

288 pp.

ISBN: 978-84-7074-737-3

La revolución digital y la crisis económica han marcado la historia reciente del periodismo español. Durante los últimos años, concretamente desde el cambio de milenio, diferentes fenómenos, fusiones junto con nuevas tendencias en el consumo han propiciado cambios trascendentales en la estructura mediática mundial, europea y nacional. El profesor Arturo Gómez Quijano, de la Universidad Complutense de Madrid, sostiene en este libro fruto de una minuciosa investigación prolongada de varios años que los diarios gratuitos han supuesto el fenómeno de mayor importancia, en la historia reciente de los medios en España, después de la aparición de la prensa en internet.

¿Por qué llegaron con tanta fuerza los diarios gratuitos a nuestras ciudades? ¿Cuál era su punto fuerte? ¿Y su punto débil? ¿Qué estructuras económicas y empresariales había detrás de estas iniciativas? Sobre estas preguntas reflexiona el libro 'La prensa más cara del mundo. Historia de los diarios gratuitos españoles', del profesor Gómez Quijano, doctor en Periodismo y licenciado en Ciencias de la Información, que cuenta además con un postgrado en Dirección de Empresas por IESE de la Universidad de Navarra.

El último libro de Gómez Quijano es un trabajo de investigación detallado, al tiempo que divulgativo, en el que el investigador complutense muestra sus dotes tanto de docente como de periodista, puesta su carrera académica viene avalada por más de treinta años de experiencia práctica profesional. Arturo Gómez Quijano cuenta con más

de tres décadas carrera profesional en el sector de la comunicación, tanto en medios como en agencias, empresas e instituciones.

Gómez Quijano no solo plantea algunas preguntas, también ofrece muchas respuestas. El autor considera que tanto la principal ventaja principal como la principal debilidad de la prensa gratuita en España fue la distribución directa de los ejemplares, ya que estuvo contralada y establecida en todo momento por el editor. La prensa gratuita tiene una característica que la diferencia del resto y que fue su cara y cruz: los diarios gratuitos no precisaban de la decisión de compra del lector. Así que lo pareció una ventaja terminó siendo también un problema. Durante varios años, miles de ciudadanos recogían a la salida del metro, del autobús, estaciones, o en plazas y calles de las principales ciudades de España ejemplares que recibían gratuitamente. Muchas veces se distribuían pero ni se leían o se amontonaban junto a otras cabeceras. Sus repartidores inundaban las calles más concurridas de las grandes ciudades.

El libro nos muestra también el corto recorrido de este tipo de prensa en nuestro país, al tiempo que la contextualiza en el entorno. Ya había tradición de prensa gratuita en Norteamérica, Reino Unido y Escandinavia, especialmente en Suecia gracias al grupo Metro. En el caso de España destacó el lanzamiento en el año 2000 de la ediciones tanto madrileña como catalana de los diarios gratuitos “Madrid y m@s” en la Comunidad de Madrid y de “Barcelona y m@s”, en la Ciudad Condal y toda su gran área metropolitana. Poco más de una década duro la era dorada de la prensa gratuita en España. Tuvieron momentos dorados. Su circulación llegó a superar la de los tradicionales diarios de pago, tanto en número de ejemplares como en lectores; incluso en los precios a los que se han vendido sus cabeceras en sucesivas ocasiones, entre diferentes grupos y conglomerados mediáticos nacionales e internacionales. La prensa generalista en Internet también ofrecía sus contenidos gratis en la red, destacando la pugna entre [Elmundo.es](http://Elmundo.es) y [Elpais.com](http://Elpais.com). Pero fue la crisis económica de 2009 y los años siguientes la que acabo con la vida de esta prensa, que agonizaba ya en 2012 como muy bien detalla el autor en su obra.

Como afirma el propio autor, “a pesar de que los lectores no pagan por estos diarios, los empresarios que han comprado sus empresas editoras han pagado cantidades desorbitadas”, lo que le permite decir que la prensa gratuita española “ha sido la prensa más cara del mundo”.

Este libro de Arturo Gómez Quijano se suma a otros trabajos de calidad previos del mismo autor, como es el libro Es también autor del libro ‘Comunicación para ejecutivos. Las tres distancias de la comunicación en las organizaciones’, con prólogo de José Ramón Pin Arboledas, publicado por Ediciones Internacionales Universitarias (Madrid, 2010) y que va ya por su segunda edición, en el que Gómez Quijano recogía las enseñanzas que a lo largo de su carrera ha impartido en diferentes estudios de grado y postgrado en universidades y escuelas de negocio y en su faceta como formador de profesionales, directivos y empresarios en Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Estados Unidos, Honduras, México, Polonia, Portugal, Puerto Rico y República Dominicana, además de en España.

En esta ocasión, la obra ‘La prensa más cara del mundo. Historia de los diarios gratuitos españoles’ ha sido publicada por la Editorial Fragua, en su número 153 de la colección Fragua Comunicación. En la actualidad, Arturo Gómez Quijano es profesor asociado en el Departamento de Periodismo II de la Universidad Complutense Madrid.

Francisco Cabezuelo Lorenzo  
Universidad de Valladolid