

**Las Velás y Tómbolas desde
los Medios Televisivos ***

Manuel Jesús Cartes Barroso **

Elizabeth Ortega **

José Manuel Peña Sutil **

El tercer día del Encuentro comenzó con el Panel cuyo título se refleja en el que lleva este Capítulo del presente libro. Los ponentes: Elizabeth Ortega, directora de *El Correo TV*, y José Manuel Peña Sutil, periodista en la Redacción de *Ondaluz TV*. Manuel J. Cartes Barroso, periodista y miembro del Equipo de Investigador que organizaba el “Encuentro”, intervino como ponente-relator.

Manuel J. Cartes Barroso: A muchos llamará la atención el título de esta termática, pero ciertamente es una realidad, lo de las Velás, Tómbolas y Verbenas, tratada por los Medios Informativos, en su apuesta por los temas locales. Desde hace ya algunos años, el Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla viene dedicando, normalmente por el mes de noviembre, un espacio a la investigación sobre el Periodismo y la temática del entorno, acerca de diversos aspectos, realidades y acontecimientos que son no solo de interés para los Medios de Comunicación, sino para el quehacer investigativo. Y, ¿qué mejor forma de hacerlo que con los profesionales de los Medios, la colaboración de los investigadores y el *feedback* de los asistentes a unas jornadas de diálogo y exposiciones? Ciertamente, el entorno universitario nos brinda la oportunidad de conocer de primera mano

* Intervenciones tenidas en el “Encuentro sobre Medios de Comunicación, Velás y Tómbolas en Sevilla”.

** Los nombres de los intervinientes están por orden alfabético de apellidos y del ponente/relator, al inicio. Véase el texto introductorio del presente Capítulo donde se indica el puesto profesional o cometido que desempeña cada uno de los autores.

opiniones y aprender de formas de trabajo informativo. Un enriquecimiento para todos.

Una sesión del “Encuentro”, volcado en este Capítulo, lleva por título "Las Velás y Tómbolas desde los Medios Televisivos". Sin duda, es una temática recurrente, especialmente en una ciudad y una provincia en la que las Velás, Tómbolas y Verbenas son eventos relevantes en su calendario festivo. Y los Medios de Comunicación, en la medida de sus posibilidades, no desatienden esta realidad feriado hispalense, incardinada en el Periodismo Local y de proximidad, en la importancia de la información más cercana a los lectores, oyentes y televidentes.

La más conocida de las Velás de la capital andaluza es la de Santa Ana, a finales del mes de julio. Y también es la que tiene más cobertura y proyección informativa de las existentes. Debe ser la fiesta mayor de Triana, en tanto el número de personas que atrae hasta el antiguo arrabal sevillano. Los Medios de Comunicación no olvidan la Velá de Santa Ana, con páginas y programas especiales dedicados a esta fiesta. Pero también existen otras con importante presencia y carácter de movilización popular, como la de El Cerro, además de otras realizadas por hermandades y colectivos vecinales.

Para quienes no puedan asistir en directo a las Velás y Tómbolas, dentro de los Medios de Comunicación, la Televisión ofrece a los televidentes imagen y sonido de las mismas, en algunos canales que vienen apostando por difundir estos eventos de los barrios y hermandades de Sevilla. La cercanía con el espectador, las entrevistas a personas del barrio, música de reconocidos cantantes y otros espacios y géneros televisivos hacen que las retransmisiones de las Televisiones Locales merezcan la pena, toda vez que entes de carácter regional, como *Canal Sur*, sólo puedan ofrecer un pequeño espacio para esta realidad. De ahí la importancia que tienen las Televisiones Locales a la hora de informar y entretener al público. Si bien la función televisiva de las Velás supone, desde el punto de vista de la emoción, algo más que entretenimiento. Y para hablarnos del quehacer de la Televisión en la atención local de esta temática, de la importancia de la imagen, de su accesibilidad y de su lenguaje, un tanto más informal que en otros Medios contamos con prestigiosos profesionales, que expondrán, dirán, opinarán...

Elizabeth Ortega: Llevo 21 años vinculada a los Medios de Comunicación, empezando en *Giralda TV*, la escuela de algunos periodistas que tienen unos cuarenta años de edad. Posteriormente, estuve en *Canal Sur* durante ocho años y tras el paso por dicho Medio me encomendaron dirigir una cadena local, siendo al principio una apuesta arriesgada, porque las Televisiones Locales no

tienen prestigio, o al menos eso es lo que se dice, aunque la realidad muestra que se consume mucho más de lo que a nosotros nos parece.

Cuando me invitan a estar aquí para hablar de las Velás y Tómbolas, lo primero que me pregunto es qué puede interesar de un acontecimiento como éste, porque desde mi perspectiva, ya no solo como periodista sino como gestora de un Medio de Comunicación, lo primero que tendría que decir es que todo puede interesarle a una persona, especialmente cuando no hay otro Medio por el que pueda informarse y teniendo una sobreinformación a través de todos los dispositivos habidos y por haber, siendo muy importante que cuando tú ofreces algo de calidad da exactamente igual lo que sea, si por algo te interesa, por cercanía o por tocar tu fibra sensible, eso se termina consumiendo.

Hemos estado teniendo unos debates internos incluso dentro de nuestra empresa, porque nunca se sabe si se va a terminar recogiendo el dinero que te cuesta hacer un directo del Pregón de la Velá de Triana. ¿Le puede interesar económicamente a las empresas locales pequeñas del barrio?, porque estamos hablando de un acontecimiento muy específico que podría ser uno de los mayores eventos de Triana. Podríamos también ir a la Velá de Torreblanca, que tiene motivo el 13 de junio por la festividad de San Antonio. ¿A quién le interesa la Velá de Torreblanca?, evidentemente, solo a los vecinos del barrio de Torreblanca. ¿Qué dinero se puede obtener en Publicidad para una Velá en la Televisión Local? Ahí es donde está muchas veces el problema con el que nos encontramos en las Televisiones Privadas.

En las públicas y generalistas, como podría ser *Canal Sur*, si pones el foco de mira en algo tan específico y pequeño, te preguntarán por qué te vas al barrio de Torreblanca y no a un barrio también pequeño de Málaga o Huelva. Por lo tanto ahí las Televisiones Locales cubrimos un hueco que es fundamental.

La calidad es la que al final los profesionales que están en el Medio de Comunicación le quieren dar. Siempre he defendido que cuando tú haces algo bueno, da igual que te vayan a ver mil personas o un millón, tú lo intentas hacer bien y pienso que haces la misma crónica en cuanto a calidad para *Canal Luz* que para la *Ser* a nivel nacional, ya que cuando haces algo lo intentas hacer lo mejor posible.

En el año 2015, tuvimos un debate interno en *El Correo TV* sobre si hacíamos o no la Velá de Triana porque desde el equipo municipal no se nos ayudaba económicamente, por lo tanto nos planteábamos si ese esfuerzo merecía la pena económica y socialmente o no. La retroalimentación nos ha

dicho que la audiencia lo agradece, que, al pedir los índices de la misma, la gente lo consume, porque nadie va a ver a Junior pidiendo matrimonio a La Flaka en otro Medio. La historia fue la siguiente: en el pregón de la Velá de 2015 en Triana, el rapero sevillano Junior le pide matrimonio a su novia, la cantante La Flaka, muy conocida por su paso en el concurso televisivo “La Voz”. En directo y delante de todo el mundo en un patio del Hotel Triana, le dice que él estaba muy nervioso durante todo el día, no por dar el Pregón, que era un honor, sino porque le quería pedir públicamente delante de su barrio que si quería unirse en matrimonio. Ese archivo es único y lo tenemos nosotros. Eso cuánto vale, cómo se rentabiliza, eso es lo que da sentido a una Televisión Local.

Os puedo contar eso como que Matilde Coral, una bailaora de más de 80 años, se levante y haga unas “pataitas”. Son cosas que *Canal Sur* por ejemplo, no puede dedicar mucho tiempo porque estaría focalizando la atención en una provincia y no en las ocho restantes, pero para una Televisión Local es lo que le da sentido, contar lo que las otras televisiones no ven como punto de interés porque tienen otros focos más importantes.

José Manuel Peña: No llevo tantos años como Elizabeth en el Periodismo porque soy más joven, pero sí unos cinco años¹ en esto de los Medios de Comunicación, perteneciendo —en estos momentos— a *Ondaluz TV* y presentando un espacio taurino todos los martes y todos los jueves colaboro y copresento el programa de Cofradías junto a Moisés Ruz. Además participo en el programa “Cruz de Guía” de la *Cadena Ser*, junto al de Toros y la Feria de Abril. Cuando me dijeron que tenía que acudir a la Universidad para hablar sobre Velás y Tómbolas, me chocó un poco en el primer momento, pero después empiezas a pensar y sí es un tema recurrente. Además, mis primeros “pinitos” —por así decirlo— en las Velás fue de la mano de Elizabeth cuando ella era la directora de *Canal Luz TV* y yo el reportero en la Velá de Triana o en la Tómbola de La O.

Centrándonos en la de Triana, *El Correo TV* puede ser de los Medios locales más fuertes y de proyección económica que tiene la ciudad de Sevilla. Si ellos tienen el problema de sacar rentabilidad haciendo la Velá, imagínense en *Ondaluz Sevilla*, que al ser una empresa de base jerezana siendo parte de Publicaciones del Sur con base económica distinta a la que puede disponer *El Correo* formando parte del grupo empresarial de Morera & Vallejo. Aún así seguimos adelante con nuestro pequeño presupuesto, tocando a todas las puertas

¹ Nota de edición: La fecha de narrativa es de 2015, en noviembre, por lo que habría que contabilizar en torno a 2010 para cuantificar los cinco años.

de los pequeños comercios, llamando a las instituciones públicas para que colaboren con nosotros como pueden ser Lipasam, Emvisesa, todas las empresas municipales posibles y poder sacar adelante una Velá como la de Triana que interesa a los trianeros y a toda la ciudad de Sevilla, porque es la Velá más antigua que tenemos aquí y porque –a las pruebas me remito– si se anda desde el inicio del Puente de Triana –al final de Reyes Católicos– hasta el Altozano cualquier día de Velá, lo que se ve en la calle Betis es un reguero de cabezas. En *Ondaluz* hacemos una programación especial todos los años a la que van artistas trianeros y no; llevo dedicándome varios años al espacio taurino al que van toreros sevillanos y toreros de Triana.

El primer año que lo hice con Elizabeth, tuvimos que subir a un tercer piso sin ascensor en la calle San Jacinto, teniendo que llegar a un acuerdo con un vecino, y subir a los artistas, los equipos... Todo ello lo hacemos con cariño para poder llegar a los hogares. Ser reportero esos días es vivir un frenesí equiparable a la Feria de Sevilla, aunque la Feria es una fiesta más controlada en los espacios horarios como la Semana Santa, siendo las Velás más “locas” por decirlo de alguna manera.

Después están las Velás o Tómbolas Cofrades, como la que hace la Hermandad de La O –la famosa Tómbola de La O–, donde se recoge dinero para el proyecto que ellos tienen en el cual dan asistencia a madres con niños que no pueden solventar las situaciones económicas tan malas que estamos viviendo en los últimos tiempos. También hemos hecho reportajes de la Velá de la Encarnación, de la Hermandad de La Cena, que se celebra en el mes de septiembre y que también el dinero se destina para Cáritas Parroquial; pertenecen a la iglesia de los Terceros, ubicada en la collación de San Pedro.

Quieras o no, al principio cuando hablamos de Velás en Sevilla choca el tema, pero después te das cuenta que es una manera de divertirse, de apoyarse y ayudar a los más necesitados, además de hacer espacios dentro de los Medios de Comunicación en las posibilidades que tenemos para que las personas en sus casas disfruten, logrando –a veces– que la persona que nos está viendo, acuda a la actividad pues la Velá o Tómbola puede tener un fin de ayuda a necesitados, a fines de la Hermandad o sencillamente un espacio para el que tenga ganas de pasar un buen rato lo haga solo o con familia o amigos.

M. J. Cartes: ¿Cómo son las retransmisiones de la Velá de Santa Ana en vuestras cadenas?

E. Ortega: La noche del Pregón se da el pistoletazo de salida a la Velá de Triana. Hay un concierto de la Banda Municipal de Sevilla y se efectúa un

reconocimiento a Trianeros del Año. *El Correo TV* retransmite desde el “Restaurante Abades Triana” y *Ondaluz TV* desde el Restaurante “La primera del puente”. La grabación comienza a las cuatro o cinco de la tarde con la calor ya que posteriormente el restaurante tiene que abrir. Todo esto no cuesta dinero a la Televisión, se hace mediante intercambio publicitario. Nosotros ofrecemos la Publicidad y ellos ponen el catering para los invitados y la localización. En las grandes televisiones como *Canal Sur*, hay un equipo de producción que hace todo esto mientras que en las Televisiones Locales, muchos de nosotros somos los que tenemos que realizar estas gestiones.

J. M. Peña: Además, no solo tenemos que entrevistar a los invitados, sino que hemos de realizar las labores de producción. Si hay que llamar al Mani, a los Cantores de Híspalis, a los Amigos de Gines, a Junior..., hay que llamarlos y citarlos uno a uno.

M. J. Cartes: ¿Y cómo se planifica la programación de la Velá? ¿Cómo os organizáis?

E. Ortega: Hay un calendario de actos en todas las Velás. Se intenta que todas las personas que van actuar en el desarrollo de las mismas, tenerlas en el programa, dotándolo de contenido informativo y de entretenimiento. La idea de introducir cantantes es hacer atractivo un producto para el telespectador. Intentamos combinar momentos de buen ratito con información pura.

Llevo haciendo Velás para *Canal Luz* y *El Correo TV* desde 2012. En el primer año en *Canal Luz*, en el que estuve junto a J. M. Peña, pusimos todas las galas del mundo para hacer posible que la Televisión se viese y la estrategia nuestra no era tener dinero sino ser unos “jartibles” y estar en todos los eventos que nos vincularan de alguna manera con Sevilla y ahí si hicimos un especial de miércoles, jueves, viernes y sábado, cuatro días en Triana. El primero es cuando se tiene el Pregón dentro del Hotel Triana y a partir de ahí hacíamos ese especial. En *El Correo TV* lo que se ha realizado² es cubrir el Pregón y en día posterior grabamos un solo programa aunque de tres horas y media, con lo cual tuvimos contenido pero el esfuerzo fue de solo un día. El primer año que lo hicimos, aunque lo grabábamos el día anterior, estuvimos en Abades con todos los grupos que los dejábamos grabados en falso directo, eso habiendo poco presupuesto; cuando hay mayor presupuesto para hacerlo en directo se hace en el momento, que no, pues se graba a los grupos cuatro o cinco días antes. Hay una persona que está en el *set* principal y vamos dando paso a cosas que se han

² Nota de edición: Se está refiriendo a la Velá de Triana de 2015, pues la sesión del “Encuentro” se celebró en noviembre de 2015.

grabado con anterioridad aunque tú lo estás dando como si fuera en directo. Todo se hizo en continuidad y no se corta nada, se sigue hacia adelante mostrando la cercanía que se pretende en este tipo de eventos. La cucaña de Triana, se hace grabada, no en directo si no se consigue quien la patrocine en directo, pero nadie entiende la Velá de Triana sin el concurso de la cucaña o sin que “Cruzcampo” te pueda ayudar con la tirada de la cerveza.

J. M. Peña: En general, a la gente le gusta que les entrevisten por su calle y luego verse en casa o llamar a un familiar que le ha grabado en la Televisión Local. A la hora de retransmitir periódicamente el concurso de la cucaña, éste queda mejor en un reportaje largo, bonito y bien hecho, que en un programa en directo que es lo que hace *Canal Sur* con “Andalucía Directo” que también es entendible; lo que no se puede es hacer un programa de varias horas en directo con la cucaña viendo a chavales coger una bandera, que tampoco tiene más atractivo que un reportaje de cuatro, cinco o diez minutos como máximo.

E. Ortega: Cuando hacemos el reportaje en directo desde la Velá lo adornamos con piezas y elementos que lo enriquecen. ¿Qué intentamos con los videoclips que vamos metiendo? Pues dotar de una calidad a una programación que en directo tú haces cantar a la persona que estás entrevistando y que es más complicado que al intentarlo con unos videoclips que nosotros pedimos autorización por escrito para que los podamos usar y no tener ningún problema con la Sociedad General de Autores de España (SGAE).

J. M. Peña: Intentamos hablar de lo que nosotros sabemos con personas que saben realmente de la temática. Siempre hay que intentar contar con trianeros que están dentro de la Comisión de la Velá de Triana y que llevan tantos años sabiendo de su barrio y su historia. Ya la Velá trianera cuenta incluso con hilo musical, algo impensable hace años, incluso se pone *reggaeton* aunque la misma es impensable sin sevillanas, bulerías o flamenco. Se moderniza pero sin perder la esencia que los integrantes de la Comisión, trianeros de toda la vida, están manteniendo y dejan a los que están llegando.

M. J. Cartes: ¿Merece la pena retransmitir la Velá de Santa Ana? ¿Cuentan vuestras cadenas con algún tipo de apoyo?

E. Ortega: Cuando sales a la calle y la gente te dice “muchas gracias porque mi madre ya no tiene las piernas para irse a la calle Betis a vivir la Velá y ella llora viendo a los de las avellanas verdes y a la gente hablando de la moda”. Los comerciantes aún no son conscientes del impacto que puede tener esto en una Televisión. Controlando la audiencia real con las “Smart TV”, estamos hablando de treinta mil personas cada vez que ponemos la Velá. Si se

televisa un programa cinco o seis veces, es raro que en Sevilla no lo hayan visto cien mil personas. Eso no hay periódico que lo plantee ni Radio que lo pueda justificar desde una perspectiva local.

J. M. Peña: Está claro que económicamente rentable no es en el ámbito televisivo local, que no se gana dinero como en la Semana Santa, pero como se diría en lenguaje popular: “*Lo comido por lo servido*”; cuenta positivamente, porque estás dando servicio público, posicionando tu marca y gusta que en julio se vea la Velá de Triana en Sevilla. Una emisión televisiva cuesta mucho más que una radiofónica o escribir en una web y, aunque se gana algo porque no se trabaja por amor al arte, con llegar a cubrir gastos es suficiente, porque si eres una local de Sevilla y no muestras la Velá, no existes para nadie como Televisión Local, igual que si no se ofrece la Semana Santa o la Feria.

E. Ortega: Una Velá de Triana, incluido dar el Pregón, puede tener un presupuesto de ocho mil a diez mil euros para toda la semana. En *Canal Luz*, hicimos una Velá con menos de mil quinientos euros de presupuesto. Con que haya cincuenta establecimientos de Triana dando cincuenta euros, estás empezando a tener rentabilidad. El problema sigue siendo tener a todos los comerciales que se dispongan para hacer eso y la poca credibilidad que tienen todavía las Televisiones Locales para que las grandes marcas apuesten por ello. El mercado de Triana, por ejemplo, no se posicionó a pagar porque no tenían dinero o no lo veían rentable. Lo que sí está claro es que todos se quieren ver, todos quieren estar y preguntan cuándo se va a emitir. Si les ofreces gratis, perfecto, pero ellos ven más tangible escuchar una cuña radiofónica o verse en un papel, que publicitarse en la Televisión.

J. M. Peña: Históricamente este tipo de eventos cuenta con ayuda del Ayuntamiento, que no te da dinero directamente, porque no es viable de esa manera, sin embargo si se efectúa Publicidad de las empresas municipales y gracias ello se pueden llevar a cabo. Desde enero estamos llamando a las puertas de los posibles publicitarios y patrocinadores tanto para la Semana Santa, como la Feria o Velás...

M. J. Cartes: ¿Sin la publicidad sería entonces inviable la retransmisión de las Velás, no? ¿Tenéis entonces que ejercer de comerciales?

E. Ortega: Cuáles son las funciones de un periodista y cuáles no. El buscar financiación no es una de ellas. Yo me encontré que después de estar ocho años en *Canal Sur* hicieron un recorte y los últimos que entramos nos fuimos a la calle. Quería seguir siendo periodista y preferí seguir haciendo Periodismo desde una Televisión Local, aunque me tenga que meter en

gestiones comerciales. Lógicamente no es lo mismo *El Correo TV*, que está apoyada por una estructura junto a *El Correo de Andalucía*, que cuando nos metimos seis personas en hacer una Televisión Local pequeña. Cierto es que hoy por hoy en el Periodismo han cambiado las fronteras de lo que es información, las tareas meramente periodísticas y tu ímpetu para que un proyecto salga adelante metiéndote en límites verdaderamente insospechados.

J. M. Peña: Hoy día funciona una palabra que se utiliza mucho, el llamado “freelance”. El ejemplo lo tengo en mí mismo, que hago un programa de toros en *Ondaluz* con mucho seguimiento y descargas. Pero ese es un programa que te lo tienes que autoabastecer, porque yo he hecho la carrera de Periodismo pero a la vez, tengo que hacer de comercial... Únicamente no te puedes dedicar a realizar el mejor programa que puedas hacer, sino que tiene que ser el mejor programa y además, si le quieres sacar rentabilidad, encargarte de vender la máxima Publicidad posible. Es una realidad y esperemos que en un futuro los que estudiamos Periodismo hagamos de periodistas y los publicistas/comerciales logren una rentabilidad publicitaria/comercial.

M. J. Cartes: ¿Además de la de Santa Ana, participan vuestras cadenas en otras Velás y Tómbolas?

E. Ortega: En *El Correo TV* con otras Velás hacemos reportajes, que es más lucido. Por mi vinculación con Torreblanca, he tenido un trato más directo con ello. Me fastidia mucho que algunos periodistas, de marcas fuertes, hablan de estas coberturas como si fuesen de segunda, haciéndolo de forma peyorativa; sin embargo, que se ponga una cámara en la Tómbola de Torreblanca proporciona a los vecinos un empoderamiento, la sensación de mostrar un barrio que está estigmatizado por droga, delincuencia o prostitución; creo que proporciona una concienciación social muy importante y positiva mediante el Medio televisivo, que también tenemos esa función social de cohesión y de mostrar su realidad con otro prisma. Por eso, cuando una Televisión se va a un enclave, que por la lógica no ha sido nunca noticia por algo positivo, eso refuerza al barrio, como ocurrió por ejemplo con el plan Urban en La Alameda, de Sevilla, cuando era un sitio exclusivo de yonkis y prostitutas; allí se empezó a hacer una publicación, la *Casa de las Sirenas*, donde se mostraba que la gente se sentía orgullosa de pertenecer a un barrio. Pienso que los Medios tenemos un papel fundamental para crear identidad cultural, denunciar y apostar por cosas que normalmente no se ven en los Medios de Comunicación y tenemos la mejor retroalimentación que es el cariño de la gente; económicamente, vuelvo a repetir que no se hace buscando una rentabilidad dineraria porque las pequeñas empresas locales no son habitualmente beneficiosas, pero sí es verdad que obtienen una presencia importante en su audiencia y en su ciudad.

J. M. Peña: Fuera de la Velá de Triana no se suele hacer ninguna en directo, pero sí dentro de los programas. Ya sea incluyendo en un magazín diario, en el informativo o en el programa de Cofradías, sí se hace un seguimiento de las Velás de Torreblanca, La O, El Cerro, las del Carmen, la de la Encarnación... Se efectúan reportajes, se coge a personas importantes del barrio y se les hace una entrevista... Son los días grandes del barrio y los vecinos y la organización están contentos porque vayas allí. También el comercial aprovecha que se va a hablar del barrio para tocar a los establecimientos o a los bares de allí. Ya no solo las Velás, en *Ondaluz TV* este año³ hemos dado el Carnaval de Gines; evidentemente con ayuda del Ayuntamiento del municipio; pero no solo las autoridades locales, se vuelca todo el pueblo y todos sus negocios. Igualmente pasa en los barrios con sus Velás, que todo el mundo quiere participar y que hablen bien de su barrio y que la gente lo visite y vayan a sus negocios.

M. J. Cartes: ¿Qué diferencias veis entre la cobertura de las Velás con respecto a Medios de Comunicación como la Radio?

E. Ortega: La Velá de Triana también la he cubierto para *Canal Sur Radio*, en el programa de Jesús Vigorra, y evidentemente la Radio es un lenguaje completamente distinto. Tú le tienes que poner los ojos a los sonidos que otras personas están escuchando. Eso es maravilloso porque te conviertes en el intérprete de una realidad que tú estás mirando de una forma más subjetiva. No tiene nada que ver con la Televisión, porque radiofónicamente tienes que poner la imagen y en muy pocas ocasiones, en el ámbito televisivo, la voz aporta algo, mientras que en la Radio todo es al revés.

J. M. Peña: La Radio y la Televisión es como la noche y el día. No es lo mismo que estés vendiendo lo que ves con tus ojos, que lo vendido por el oído y tu imaginación. Son totalmente cosas diferentes cuando estás hablando con un artista, viéndolo, o cuando lo describes. No es lo mismo hablar de la Semana Santa con las imágenes de Televisión que cuando te pones delante de un paso y describes con la música, el sonido del varal, el capataz... Para un Medio, como negocio empresarial, son enfoques comerciales, para lograr Publicidad, totalmente diferentes si se quiere que el contenido se escuche o se vea.

E. Ortega: También la marca. Un anuncio con Carlos Herrera en la Radio no vale lo mismo que uno en *El Correo TV*. Soy defensora de una imagen. Una

³ Nota de edición: Se está expresando el año 2015.

Madrugá verla y que se calle el que habla y la ves, no es lo mismo. Ver la Televisión y escuchar la Radio son cosas compatibles pero diferentes.

Todo tiene interés, siempre que se sepa contar y hecho con calidad; cualquier hecho que hable de la diferenciación, de la cotidianidad, de lo tuyo y de lo que es próximo, y que no va a tener cobertura en otro Medio de Comunicación porque es algo insignificante y nimio. Si ahora mismo nos vamos al Cerro del Águila y montamos un directo para enseñar quién está andando por la calle, quién está comprando, la pareja que se besa por la calle, un niño con una madre discutiendo..., y eso lo transmitimos bien hecho, con calidad y con argumentos televisivos, generaría más audiencia que estar ahora mismo viendo “Gran Hermano” de *Telecinco*, que no me interesa en absoluto y que no me queda más remedio que verlo.

M. J. Cartes: ¿Y se le da importancia en vuestras cadenas a las Redes Sociales a la hora de retransmitir las Velás y Tómbolas?

J. M. Peña: Actualmente en la Televisión Local, hay que echar cuenta a lo que te pone la gente en las Redes Sociales, anunciando durante todo el día el *Twitter*, *Facebook* y otros portales..., pues son puntos de atención orientativa de cuanto acontece en la inmediatez. Nosotros hacemos concursos, preguntas y que nos envíen fotos, haciendo que participe todo el mundo y una retroalimentación continua, lo que provoca que se haga *trending topic* en Sevilla. Sin las Redes Sociales hoy día, una Televisión Local no funciona.

E. Ortega: Todavía estamos con la catetada mental de quien dirige en plan importante los Medios de Comunicación, que ellos no han nacido con el 3.0 y no entienden que debe de haber un *community manager* para llevar tu cuenta. Estoy llevando un magazine televisivo, en directo, de forma diaria, no teniendo a nadie que me lleve las Redes Sociales dentro de mi programa, pues no hay personal, llegando un momento que no es posible mantener la viveza de las Redes. En *El Correo TV* quien tiene más presencia es Víctor García Rayo con el programa “La Pasión” y Antonio Viola con “El Descuento”. Para mí es muy complicado llevar un programa y las Redes Sociales a la vez, pero desde quien tiene que poner el dinero no entiende que contratar a una persona para llevar las Redes Sociales de una Televisión, es un gasto necesario que se convierte en una inversión. La diferencia de edad se nota, unos han nacido con las Redes Sociales y los mayores se han tenido que meter en ella y si encima el que tiene que poner dinero tiene sesenta años, no lo entiende. Si se tiene dinero para lo que se cree importante como un cámara o un comercial, llevar las Redes Sociales también lo es. Podría ser un periodista que se defiende en ello, que se haya especializado en esta parcela y que se dedique las 24 horas al tema... Las

Televisiónes Locales no lo tenemos. La *RTVA* es ejemplo de ello y ha adelantado, con Antonio Manfredi a la cabeza, al resto. La *Cadena Ser* también tiene una persona específica dedicada a las Redes. En un futuro no quedará más remedio que tener a alguien especializado para esta parcela profesional.

M. J. Cartes: ¿Os gusta vuestro trabajo? ¿Habéis tenido algún momento difícil en la retransmisión en directo?

J. M. Peña: Si cometes un error en un directo, has de respirar tranquilo y hacia adelante. Como te pares o te calles estás perdido. Si fallaste en algo y te das cuenta después, está la opción de pedir perdón. Si te trabas igual, hacia adelante.

E. Ortega: No me concibo haciendo otra cosa que no sea periodista. Se te presentan ofertas más suculentas económicamente perteneciendo a un Gabinete o en otras cosas, y cuando se rechazan, se me generan muchas complicaciones con mi marido y mi familia, porque el sueldo que cobras es acorde a la proyección del Medio local en el que estás trabajando, pero a mí me hace muy feliz lo que estoy haciendo. Posees detalles bonitos: desde que una señora se acerque con un café porque te está viendo que estás cubriendo la Madrugá en los palcos de la Plaza de San Francisco y has dicho que te vuelves loca por un cafelito y ella llega trayéndotelo junto con un trozo de bizcocho o una torrija, hasta que en un barrio te pongan una placa o te nombren pregonera de su Cristo porque de alguna manera te quieren homenajear por llevar a gala el nombre del barrio. Entonces para mí es una manera de querer cambiar la sociedad desde tu perspectiva, sabiendo que la onda expansiva es muy pequeña pero que para algo servirá.

J. M. Peña: Cuando trabajas en lo que te gusta, en lo que desde pequeño tienes claro que quieres estudiar y encima tienes suerte de hacerlo todos los días, te levantas con alegría de ir a la Televisión, a la Radio, ir a la calle, hacer un directo... Al final, si te acostumbras, ya es una rutina, no es lo más gratificante y aunque el sueldo sea un condicionante al ser bajo, recibes un reconocimiento diario que puede ser positivo o negativo. Cuando vas a los sitios y están tus amigos y hay periodistas reconocidos, que hablen bien de ti, es gratificante para todos. Lo mayor y lo mejor de todo esto es levantarte con ganas de salir a la calle y con deseos de cubrir lo que está pasando, que siempre ocurre algo.

E. Ortega: Como final de mi intervención, quisiera ofrecer un visionado de parte del trabajo que se efectuó en la Velá de Triana en este año de 2015:

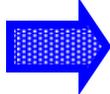


[\(Ir al vídeo\)](#)

M. J. Cartes: Como cierre, se podrían extraer cinco ideas que resumen todo lo expuesto:

1. La apariencia positiva que han tenido sus trayectorias sobre este tipo de acontecimientos (Velás, Tómbolas y Verbenas).
2. La diferencia que existe entre la retransmisión de este tipo de eventos en la Televisión con respecto a otros Medios.
3. La diferencia existente entre una Televisión privada y una pública.
4. El interés por la Información Local que tienen en este caso los ciudadanos de Sevilla.
5. La importancia de la Publicidad para este tipo de programación porque sin ella no podría ofrecerse a los ciudadanos.

[\(Ir al inicio del Capítulo\)](#)



[\(Ir al Índice\)](#)

