

**La Navidad y los Belenes desde  
los Medios Televisivos \***

---

---

*Miguel Ángel Moreno* \*\*

*Emilio Nieto* \*\*

*Juan Miguel Rivas* \*\*

*Lidia Ruiz Galafate* \*\*

*Esperanza Torres Benítez* \*\*

**L**a primera sesión del tercer día del “*Encuentro sobre Medios de Comunicación, Navidad y Belenismo en Sevilla y provincia*”, celebrada el 2 de diciembre de 2009, estuvo dedicada a los Medios Televisivos. Intervinieron personas que tiene plena relación con los mismos, tanto en el ámbito de la ciudad sevillana como de la provincia: Miguel Ángel Moreno, jefe de Programas de “*Giralda TV*”; Emilio Nieto, director de “*Canal 47*”; Juan Miguel Rivas, director de “*Uvitel Online*” (TDT de Utrera); Lidia Ruiz Galafate, jefa de Informativos de “*Onda Castilblanco TV*”; Esperanza Torres Benítez, jefa de Informativo Local de “*Canal Sur TV*” en Sevilla. Moderó: Antonio Ramos Espejo, periodista y profesor en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

*Miguel Ángel Moreno*: Acabo de incorporarme en “*Giralda Televisión*,” la televisión de todos los sevillanos. Somos los primeros a nivel local en la TDT y éste es mi primer acto fuera del recinto de la empresa, ya que tomé posesión ayer y estoy todavía peleándome más con el ordenador de mi despacho que con la propia programación. Mi carrera profesional se ha desarrollado siempre en el

---

\* Intervenciones tenidas durante el panel “*La Navidad y los Belenes desde los Medios Televisivos*” en el “*Encuentro sobre Medios de Comunicación, Navidad y Belenismo en Sevilla y provincia*”.

\*\* Los nombres de los intervinientes están por orden alfabético de apellidos. Véase el texto introductorio del presente Capítulo donde se indica el puesto profesional o cometido que desempeña cada uno de los autores.

entorno local y, por tanto, os puedo contar la experiencia que tengo de desarrollo de la Navidad en los Medios.

Para poner un poco de discrepancia, se puede decir que la Navidad es un momento importante para los Medios locales, pero quizá es más complicado para las televisiones. Es una época de muchas películas de alto coste y nosotros no llegamos a esos presupuestos. Sí es verdad que nos centramos, igual que el resto del año, en los acontecimientos locales más cercanos. Por ejemplo, pasado mañana tendremos el pistoletazo de salida oficial de la Navidad: el encendido del alumbrado navideño. Se va a iluminar por primera vez el próximo viernes por la noche para todos los sevillanos.

Los Medios Televisivos locales tenemos que minimizar y dar el detalle más pequeño y cercano de nuestro entorno, de nuestra realidad. Siempre arrastrado por lo que conlleva la Navidad en el resto del país y, por eso, tenemos que estar pendientes del 22 de diciembre con el sorteo de la Navidad, de la Nochevieja en Sevilla o de cuál es el primer niño que nace el día 1 del año nuevo. Son casos recurrentes que año tras año se repiten y que nos pueden llegar a aburrir, pero seguro que si faltaran algún año se nos echaría en cara. Son citas ineludibles en el calendario de una ciudad, de una región, de un país y que tienen que tener su reflejo en los Medios de Comunicación locales. Amén, por supuesto, del consumo, la vertiente religiosa ineludible de la Navidad, aunque para muchos sea el solsticio de invierno. Hay que tener en cuenta lo religioso igual que las otras Navidades que hay en cada Navidad.

Son temas “*facilones*” en cuanto al sentimentalismo habitual de la Navidad. También en Navidad hay que estar muy pendientes porque, por desgracia, ocurren hechos que suelen tener un eco mayor en los Medios por la época en la que suceden. Especialmente, si hablamos de Navidad, tiene una caja de resonancia que hace que llegue mucho más al público y obligue a los Medios a estar mucho más alerta. Se me viene a la cabeza el 31 de diciembre de 1998 el suceso del muro de Plaza de España o el intento frustrado de atentado de ETA del 1 de enero de 2001 ó 2002 en la sede de la Tesorería del Estado de la Seguridad Social en Santa Justa. Son noticias ante las que tenemos que estar más atentos que nunca.

Un Medio local, cuando llega la Navidad, no sólo se impregna de Navidad en cuanto a contenidos de los programas, el adorno de la propia Televisión, los cortes publicitarios y otros recursos, sino que también nos obliga a hacer un sobreesfuerzo profesional. Es una fecha en la que se multiplica el trabajo por la cantidad de citas que hay que cubrir a diario. Parece que son tres o

---

cuatro días concretos. Si nos fijamos, la Navidad se divide en Nochebuena, Año Nuevo y los Reyes.

La Cabalgata de Reyes es el momento en el que desde las televisiones locales nos volcamos porque es cuando de verdad podemos ofrecer algo diferencial con el resto de las cadenas. Es raro que se den las uvas, pero es que no va mucha gente a tomárselas a San Francisco o a Plaza Nueva. La gente se queda en sus casas y recibe el año viendo *Televisión Española*. Es lógico que *Canal Sur*, como cadena autonómica, esté presente. Para las televisiones locales es un sobreesfuerzo brutal que nos impide hacer esa retransmisión tan clásica. En cambio, tenemos un mayor eco publicitario que nos permite retransmitir las Cabalgatas de Reyes. Son mucho más cercanas, todas las tenemos en nuestra mente y es una de las citas a las que no se puede faltar. Estaremos presentes en un momento en el que se presenta un panorama bastante extraño para las televisiones locales de Sevilla capital porque sólo emiten desde aquí dos televisiones locales, *Giralda Televisión* y *Sevilla Fútbol Club Televisión*.

*Emilio Nieto*: Creo que la Navidad es el período con menor consumo de la Televisión local. Todos recordamos las retransmisiones de Semana Santa, de Feria, incluso de El Rocío. Son períodos en los que la Televisión local se vuelca, son los momentos álgidos. Tenemos menos medios que las televisiones nacionales, pero cuando llega un evento de ese tipo no pueden con nosotros. Sin embargo, en Navidad estamos ante unas diferencias más palpables, esas diferencias de medios se ven con una excepción: en el día de Reyes, las televisiones locales nos volcamos.

Durante muchos días hemos asistido al protagonismo de las cadenas nacionales con el sorteo de Navidad, fiestas de fin de año, programas de fin de año... y nosotros hemos asistido impotentes, por lo que estamos agazapados esperando a que llegue el momento de Reyes, en el que sabemos que esas cadenas no pueden competir con nosotros. Hacemos un gran esfuerzo, independientemente de que haya un importante componente publicitario en juego. Las cadenas locales estamos en una crisis demoledora y eso se está notando, pero los Reyes sirven para ajustar el presupuesto de fin de año, aunque ya sea a principios del siguiente, por eso hacemos ese gran esfuerzo.

En Navidad el papel de los becarios es maravilloso. En los periódicos quizá sea secundario, pero en las televisiones locales es fundamental. En estos períodos son un apoyo fundamental para las televisiones locales. Hay una programación específica que se puede hacer en Navidad. Hemos hecho retransmisiones de campanilleros, hemos pasado por colegios que tenían Belenes y hemos intentado seguir el esquema de acercar la Televisión a la

---

gente. Queremos que la gente se sienta protagonista de la Televisión y no el famoso de turno. Recuerdo el caso del fútbol: mientras todo el mundo saca los jugadores del Madrid, del Barcelona, del Sevilla o del Betis, nosotros también intentamos sacarlos pero nos gusta que salgan los alevines, los infantiles...

Siempre hemos intentado trasladar ese esquema incluso a la Navidad. No se nos ha ocurrido retransmitir una fiesta de fin de año porque para las cadenas nacionales ya es un esfuerzo muy importante y todo el mundo ve *Televisión Española*. La última idea de *Telecinco* es contratar a Belén Esteban y a Jorge Javier Vázquez dando las campanadas para intentar romper el dominio de audiencia aunque no lo van a conseguir. En el sorteo de Navidad pasa igual porque la gente en los grandes acontecimientos ve *Televisión Española*. Si las propias cadenas nacionales no son capaces de romper esa hegemonía, ¿qué vamos a hacer nosotros? Nosotros somos una hormiguita contra un elefante. ¿Qué hacemos? Pues guardar fuerzas para cuando lleguen los Reyes y hacer directos desde distintos puntos para acercar la realidad de esa fiesta.

Hay Belenes en Sevilla que intentamos cubrir en la medida de lo posible, con un esfuerzo de aproximación al telespectador porque esa es nuestra única baza. Sería bonito hacer concursos de campanilleros, pero a nivel de Sevilla es bastante difícil. Quizá los compañeros de televisiones locales de ciudades más pequeñas nos puedan explicar qué se ha hecho allí donde todavía hay más cercanía entre el espectador y la Televisión.

Sobre todo, me quedo con que la Navidad no es un período de excesivo consumo televisivo, a excepción de la Cabalgata de Reyes y, por supuesto, entono un “*mea culpa*” y creo que las televisiones locales deberíamos hacer un pequeño esfuerzo por acercar esos Belenes y esos campanilleros. Como última idea, os pongo un poco en la situación de la Televisión local: es un sitio con pocos recursos, con pocas posibilidades y en la que el personal muchas veces da el doscientos por ciento, un esfuerzo sobrehumano para sacar adelante la Televisión con esas condiciones. El personal que ha estado trabajando duro todo el año, cuando llega la Navidad, el trabajador dice que está agotado y que quiere pasar un tiempo con su familia. Para la Televisión local es un gran esfuerzo el simple hecho de organizar los turnos.

*Juan Miguel Rivas:* Llevo en la Televisión Local desde 1986 y más de treinta años trabajando en el Periodismo de Proximidad o de Cercanía. Por eso, hemos optado a una licencia de TDT y la hemos conseguido. Actualmente, emitimos en el canal 30 del analógico mientras llega el formato digital y tenemos un periódico digital o cibernético para Utrera, Los Palacios, El Coronil y Los Molares, que se ha creado para cubrir la cobertura de la Televisión

---

digital. Al mismo tiempo, hemos desarrollado un portal de Televisión a la carta y tenemos una productora que lleva muchos años trabajando en otras cosas. Lo último que hemos hecho ha sido *SICAB Televisión*, una iniciativa de la Asociación Nacional de Criadores de Caballos. El SICAB (Salón Internacional del Caballo) es el tercer evento de Sevilla después de la Feria y la Semana Santa, que mueve mucha gente y mucho dinero. Hemos ofrecido tres canales de Televisión por Internet y a través de FIBES.

Sabiendo que íbamos a hablar de Navidad, me he ido a la parte del reto para mí, hablar de Belenismo. Hablar de Belenismo en Sevilla y Utrera es muy parecido porque estos eventos son muy peculiares.

En un Medio de Comunicación como la Televisión de una población como Utrera, las distintas tradiciones siempre tienen un espacio reservado para dar un tratamiento especial a los temas más demandados por nuestras audiencias. Son los que más muestran la idiosincrasia de un pueblo. Desde el punto de vista de un periodista de proximidad, el Belenismo puede tener un interés relativo y un tanto subjetivo al ser éste un fenómeno muy cercano y conocido por el propio periodista. La cobertura del profesional nativo se verá incrementada o disminuida dependiendo del arraigo que esta tradición tenga tanto en él como en la población donde ejerza.

El interés informativo que este tipo de televisiones puede despertar en la audiencia va en relación con el tipo de Belenes que tratemos en cada momento, es decir, si el Belenismo lo entendemos como una tradición donde año tras año familias y colectivos exponen las piezas que han venido coleccionando, figuras con más o menos grado de interés, que se van incrementando con nuevas cada año, como tradición cultural y familiar está bien y podríamos decir que sólo se queda en este ámbito. Éste es en teoría el interés informativo, pero, sin embargo, la gran mayoría aborda esto en su informativo.

Lo que desde mi punto de vista tiene cierto grado de interés periodístico son otras cuestiones relacionadas con el Belenismo y sus distintas manifestaciones, ya que muchas veces no se repara en ellas y se ofrecen informaciones vacías, repetitivas y carentes de sentido. Cada año parecen las mismas y vienen a anunciar lo obvio, que está llegando la Navidad. Las informaciones que más pueden interesar y que pueden hacer entender mejor un fenómeno tan arraigado a nuestra tierra como el Belenismo son aquéllas que aportan novedades interesantes, que pueden estar relacionadas con Belenes antiguos o únicos o que ofrecen obras destacables que pocas veces pueden exponerse al público. Para estas informaciones sí merece la pena dedicar cierto tiempo dentro de un informativo. Pero este tipo de debate puede ser más

---

aprovechable utilizándolo para elaborar buenos reportajes en vez de simples noticias.

Otro modo de entender el Belenismo como fuente informativa es el que generan los distintos estamentos a la hora de montarlo. Dependiendo de la entidad de la que hablemos, así lo registraremos. Esta forma de representar Belenes con distintas características para conseguir distintos objetivos vienen dadas según quienes los monten. Si partimos de los estamentos oficiales, podemos observar que los realizan para mostrarle a la población que están con sus costumbres y el grado de sofisticación y creatividad siempre dependerá de los presupuestos y del número de cristianos que voten en la población.

Algunos Ayuntamientos y organismos oficiales montarán Belenes para cumplir, otros montarán fiestas de disfraces para divertir y otros organizarán fuegos artificiales para celebrar el Año Nuevo y punto. Este criterio viene dado por el momento y el color político del que gobierne en el estamento que corresponda.

Otro colectivo distinto que suscita interés informativo en el Belenismo es el de los comerciantes pues verán al Belén como un atractivo adorno en su establecimiento y como reclamo ideal en estas fechas tan dadas para invitar a todos al consumo. En este caso, no importa mucho el color político. El interés informativo viene dado por lo interesante y espectaculares que pueden ser algunos montajes para atraer clientes a los establecimientos. En esta línea, también las asociaciones de comerciantes realizan los concursos de Belenes implicando a la población para que los vean o voten. Y, de camino, entren en sus negocios a consumir, que es el verdadero objetivo. Es aquí donde la labor del periodista debe estar a la altura de las circunstancias y saber considerar que tal o cual actividad relacionada con el Belenismo tiene verdadero interés informativo o no o, si lo que de verdad se pretende, es obtener una publicidad de un establecimiento en los informativos para vender más.

Pero, sin duda, el colectivo que más tradición tiene y que más interés informativo puede suscitar es el de las hermandades y cofradías que existen en nuestras poblaciones. Son éstas quienes, además de creer en lo que representan, se implican y saben comprometer a otros colectivos y entidades y lo hacen de diferentes formas. A unos, para que colaboren económicamente, y a otros, haciéndolos partícipes del montaje de los mismos. Es aquí donde creo que surge el filón periodístico, pues en medio de las personas que participan en los montajes, siempre encontraremos la figura interesante de los más antiguos, capaces de enseñar a los más jóvenes las formas tradicionales de cómo montar y conservar estos Belenes que se poseen desde hace décadas. Al reunirse durante

---



los días de montaje, el intercambio de experiencias está asegurado. Claro está que también importan las nuevas ideas que puedan aportar los jóvenes.

Estas entidades combinan todo esto con la propia exposición de las piezas, pues estas hermandades abren sus Belenes al público para que puedan visitarlos. Durante las fechas navideñas, recorrer este tipo de Belenes con una cámara y un micrófono, previamente documentados y habiendo citado a las personas adecuadas, puede ser una experiencia muy interesante y enriquecedora para que un periodista de la tierra pueda entender y divulgar aspectos desconocidos de su historia más cercana.

Para terminar, no quiero dejar pasar una de las cosas más simpáticas y demandadas por la audiencia de la Televisión Local a la hora de hablar de Belenes. Me refiero a los Belenes vivientes que se realizan de diferentes formas y desde diversos colectivos. Normalmente, lo realizan entidades como asociaciones y colegios. Pueden tener diversos objetivos, pero todos tienen un nexo común, aparte de representar el Nacimiento de Jesucristo, todos logran reunirse para componer una representación teatral en la que intervienen un nutrido grupo de pequeños y también se comprometen muchos mayores. En todas estas obras siempre están los mayores para realizar los preparativos. Cada uno aporta su granito de arena para esta representación colectiva. Se incentiva así la participación de todos y se fomenta un compañerismo bien entendido, valores que desde el punto de vista informativo se abordan poco.

Nosotros ofrecemos al público lo que le divierte, cuando detrás de todas estas manifestaciones existe algo más de lo que casi nunca se informa y que puede ser también divertido e interesante, pero pocos se atreven a abordarlo por ahorrarse trabajo. Es importante tener en cuenta que debemos huir de lo que todos hacen igual. Hay que ser más originales, buscar perspectivas diferentes y no caer en lo que informa la mayoría, lo obvio, que se acerca la Navidad. Hay que saber encontrar la parte más inédita de este tipo de noticias que se repiten año tras año.

*Lidia Ruiz Galafate:* Para conocer el funcionamiento de *Onda Castilblanco Televisión*, debemos conocer un poco el pueblo de Castilblanco. Se encuentra a media hora de Sevilla, a unos 33 kilómetros y es el primer pueblo de la Sierra Norte. Tiene unas características muy especiales porque sólo tiene cinco mil habitantes y es de sierra, por lo que se vive muy de cerca lo local. Sus habitantes viven juntos las celebraciones de sus ferias, las romerías, la Navidad... En Sevilla pasan las cosas de Sevilla y en Castilblanco pasan las cosas de Castilblanco.

---

El Ayuntamiento, gobernado por el PSOE y el PP en coalición, en agosto de 2008 ve la necesidad de poner en marcha un Medio de Comunicación que responda a las actividades de los ciudadanos y que cuente la vida social. En primer lugar, esta Televisión se pone en marcha como un Medio municipal que cuenta lo que pasa en el municipio. Se pone en marcha de forma muy precaria porque hay muy pocos medios. Se cubren los acontecimientos más importantes como la feria o la romería y los ciudadanos tienen una respuesta positiva. Empiezan a decir que por qué no se graban más actividades y más actos hasta que en 2009 el equipo de gobierno decide contratar a una periodista, que es una servidora, y a un cámara para que intenten poner en marcha la Televisión tal y como es hoy.

Desde enero de 2009 venimos funcionando. Somos muy pocos pero es un proyecto que nos tiene ilusionados a todos y en el que hay que dar muchas veces el doscientos por ciento. La Televisión ha ido teniendo cada vez una respuesta más positiva. Cada vez son más los vecinos que nos llaman para que cubramos no sólo lo que pasa en el Ayuntamiento, sino también lo que pasa en el pueblo: talleres, actividades de las asociaciones, grupos de vecinos, niños en las escuelas deportivas... Todos quieren que estemos allí y que vayamos a grabarlos. Esto quiere decir que el trabajo aumenta, sobre todo, en estas fechas en las que seguimos siendo el mismo personal pero con el doble de trabajo.

En este mes de diciembre vamos a seguir cubriendo lo que pasa en el pueblo, añadiendo que se duplican las actividades. Vamos a llevar el tema de la Navidad a todos los aspectos en nuestra Televisión. En los informativos va a estar muy presente la Navidad en todas las noticias como el alumbrado público, sus costes, el tiempo que las calles van a estar iluminadas... También vamos a tratar cómo se van a hacer este año las cestas de Navidad ahora que tenemos crisis, cuáles son los alimentos que más conviene comprar según las fechas, etc. En el caso de los niños pequeños, vamos a ver cuáles son los juguetes que más nos recomiendan con respecto a las edades para el día de Reyes.

Si nos trasladamos al programa de cocina que durante todo el año ofrece recetas típicas del pueblo, ahora serán recetas navideñas. Con respecto a los reportajes, durante el año giran en torno a las actividades de los pequeños en las calles, en las escuelas deportivas, en talleres... En diciembre nuestros reportajes se van a centrar en cómo se monta un árbol de Navidad, cuáles son las piezas elementales del Belén, cómo las asociaciones y coros preparan sus villancicos, nos van a enseñar a tocar instrumentos típicos como la zambomba. También vamos a hablar de qué podemos hacer con los pequeños durante las fiestas navideñas, cómo inventarnos juegos con ellos. Hay asociaciones que

---



hacen talleres de decoración navideña y vamos a pedirles que nos cuenten cómo podemos reutilizar las cosas que tenemos en casa y ya no nos sirven.

También tenemos que hablar de los actos conmemorativos de Navidad que se organizan desde el Ayuntamiento. El día 22 de diciembre tenemos la “*chocolatada*”, una actividad propia en la que se invita a todos los ancianos del pueblo a una taza de chocolate caliente. Allí va a estar la Televisión grabando la actividad social. Estaremos en los festivales benéficos y en otros actos como las exposiciones de fotografías antiguas.

En un municipio como el nuestro, prima lo local y al vecino le gusta saber qué es lo que pasa a su alrededor, cómo está viviendo el de al lado la Navidad o los recuerdos. Nos gusta que nos cuenten sus experiencias. Aparte tenemos los programas típicos de Navidad. En ese caso, nos vamos a atrever a emitir en directo las campanadas en la plaza del Ayuntamiento. El día de Nochebuena imitamos a *Canal Sur*, pero con un presupuesto mucho más bajo y emitiremos nuestro programa de Nochebuena muy campechano. Invitaremos a los grupos del pueblo a cantar y tendremos el saludo del alcalde y de la gente del pueblo felicitando a sus vecinos, además del Belén viviente del colegio.

*Esperanza Torres Benítez*: En mis más de veinticinco años de profesión nunca me había parado a pensar en si la Navidad condicionaba a la información más allá de condicionar los turnos de trabajo y las comilonas que se hacen con los compañeros. Pero en cuanto me paré a pensar, me di cuenta de que no sólo nos condiciona, sino que nos transforma y más en Televisión. No me gustaría entender sólo el período entre el 24 de diciembre y el 6 de enero, pues la Navidad para los Medios empieza antes. Dicen que lo hace cuando se empieza a emitir el anuncio de “*Freixenet*”, aunque este año se tenga que repetir con el equipo de natación sincronizada porque la crisis no da para muchas burbujas. La Televisión empieza a calentar los motores de la Navidad mucho antes del 24 de diciembre. No coloca ningún árbol de Navidad pero sí se prepara para el período navideño.

Desde el punto de vista de la programación, la presencia de los niños en casa obliga a cambiar los tiempos y los programas. Hay que permutar los espacios de la mañana a programas más adaptados para ellos. En los festivos se multiplica la emisión de películas de éxito o de temática propia de la fecha. Va a ser muy difícil que este año nos escapemos de ver *Qué bello es vivir*, *Cuento de Navidad* o *La gran familia*, además de Santa Claus en todas sus versiones.

No podemos olvidar que, además de las películas que nos ponen muy tiernos en Navidad, hay muchos especiales que son muy costosos. Desde el

---

punto de vista empresarial, es un desfalco casi para las arcas de la Televisión. El primero de ellos es el del 22 de diciembre, día de la Lotería Nacional. Si la Televisión obliga a que la gente acuda a *Televisión Española* para ver el sorteo, desde hace unos años los bocaditos de audiencia que vamos dando entre todos son importantes. Por ejemplo, nosotros tenemos a “*Andalucía Directo*”, que se encarga de la Lotería Nacional. Desde el punto de vista del periodista, es un esfuerzo espectacular. Es un programa que se hace con un guión previo de cuatro pinceladas porque hay que estar esperando a que salgan los premios. Nosotros tenemos que reducir nuestro ámbito de actuación a todos los premios que caigan en Andalucía y Andalucía no es precisamente una comunidad que ocupe pocos kilómetros. Muchas veces rezamos para que “*el Gordo*” caiga tempranito y nos dé tiempo a ubicar la unidad móvil cerca de donde haya tocado. A veces ocurre que tenemos previsto estar en la calle Sagasta de Sevilla o en una administración de Cádiz y, al final, toca en el pueblo más disparatado al que hay que desplazarse corriendo.

No hace mucho que ocurrió una anécdota. Un premio de la Lotería de Navidad tocó en un pueblo de Extremadura a última hora de la mañana. Eso es para nosotros territorio comanche. Ahí no hay televisiones autonómicas y el territorio se reparte en función de los asociados de la FORTA. A nosotros nos toca Extremadura como si estuviera a la vuelta de la esquina. El caso es que, a doscientos kilómetros de aquí, tocó un segundo premio a la una de la tarde y nosotros teníamos que llegar, por lo menos, a la hora del informativo. El equipo que fue a cubrir el premio no tenía tiempo para encontrar nada. Fuimos con una DSNG, que es una unidad mucho más ligera para el directo. Al final, llegamos justo para entrar en el informativo y que pareciera que la periodista llevaba dos horas celebrando el premio con los vecinos. Nos plantamos en la plaza del Ayuntamiento porque era mucho más fácil localizar que la administración de lotería. La gente empezó a acercarse a nosotros. En vez de buscar la noticia, convertimos a nuestra periodista en el punto de atención para el pueblo.

Lo que quiero subrayar con esto es la dificultad que tienen todos estos acontecimientos para todas las televisiones y, en especial, para la nuestra. Volvemos a los especiales. El 24 de diciembre tenemos el discurso institucional del Rey. Menos mal que no tenemos mucho que hacer porque *Televisión Española* da la señal institucional y todos pinchamos a la misma hora, cumpliendo a rajatabla lo que hay que hacer. A las nueve menos dos minutos sólo se puede poner una promoción y enganchamos a las nueve con el discurso. Eso es lo que hacemos todas las televisiones de este país, a excepción el año pasado de *ETB (Euskal Televista)*, la autonómica vasca, que este año utilizará la señal institucional por primera vez en la historia.

---

Después llega el especial de Nochebuena. Por lo que da la tierra, tenemos que tener nuestras zambombas, nuestra Navidad jerezana, nuestros villancicos... y todo en un bonito programa enlatado que se hace a mediados de noviembre. Está muy ambientado en Navidad, sí, pero pocos saben que se hace un mes antes. Ésa es una manera de que todo el mundo pueda descansar en Nochebuena. El especial se amortiza porque también se da el día siguiente, el de Navidad. La excusa oficial es que hay mucha gente que con la cena de Nochebuena no ve el programa y por eso se repite al día siguiente. Pero yo estoy convencida de que esto es un acto de rebeldía de la Televisión contra los periódicos ya que éstos no salen el día 25.

Este esquema de los días de Nochebuena y Navidad se repite a la semana siguiente. El mensaje del Rey nos toca a nosotros con el presidente de la Junta. En este caso, se va a estrenar José Antonio Griñán en el discurso institucional. Es un mensaje grabado previamente que nosotros nos encargamos de emitir puntualmente a las nueve. Después, llega el especial de fin de año, en el que se dan las uvas en directo y hay que competir con *Televisión Española*. No hay manera de ganarles. Yo también veo *Televisión Española*. Aún así, tenemos un especial de fin de año también grabado. Ése sí que cuesta trabajo. Yo he estado en algunas grabaciones y que te tiren papelillos el 28 de noviembre no es suficiente para que te ambientes. Por muchos papelillos y serpentina, no hay manera. Cuando llega el presentador dando las buenas noches y felicitando el año, el regidor pidiendo aplausos a todos, no es nada fácil que salga a finales de noviembre. En fin, hay especialistas en todo y en esto también.

Además de los especiales, no podemos olvidar las Cabalgatas de Reyes. Aquí quiero romper una lanza a favor de los compañeros de las televisiones locales porque creo que es el único territorio donde ellos pueden competir con las televisiones generalistas. La gente se quiere ver, quiere salir retratada en su Cabalgata, quiere ver a su Rey Melchor, a la Estrella de Oriente, a la gente que les sigue y, en ese sentido, las televisiones locales hacen un gran trabajo.

Nosotros ofrecemos las Cabalgatas en "*Andalucía Directo*" y tenemos la obligación de dar las Cabalgatas de toda Andalucía para ver la diversidad de cada una de ellas. La programación se salpica continuamente de especiales y las noticias también se llenan de contenido navideño. Por ejemplo, vamos a hacer reportajes y noticias sobre los gastos navideños en sus múltiples versiones: cómo afecta la crisis, cuánto nos gastamos en juguetes, cuáles son los regalos preferidos, si hay o no regalos de empresa, preparativos de las cenas y comidas (menús, precios, el marisco en el mercado, tradiciones en la mesa, comensales, diferencias entre comunidades y en el mundo), cómo se ha hecho la

---

Nochebuena en un asentamiento de chabolas, cómo se pasa la noche en los hospitales, etc.

Además, nos fijaremos de manera especial en los sin techo. Nos olvidamos de ellos el resto del año, pero en estos días todos vemos que hay un pobre que no tiene qué comer o alguien que no tiene un techo donde cobijarse. Veremos todas las acciones solidarias que se realizan en estas fechas y que muchas de ellas son para lavarnos las conciencias a todos los demás. En el fondo, aunque sea una vez al año, no está mal que nos acordemos de ellos. Así volveremos a hacer múltiples versiones sobre temas como los inmigrantes que pasan la Navidad fuera de casa, los que no tienen familia y buscan el calor en una casa de acogida, los que no tienen qué comer, pero acuden a los comedores sociales...

Cuando nos acercamos a Nochevieja, el asunto es el mismo. Cotillones, medidas de seguridad, anécdotas o si permiten a los menores de edad entrar en las fiestas. La realidad es poliédrica y la Televisión se alterna entre reportajes al uso y noticias puras y duras salpicadas con Belenes vivientes, concursos de villancicos o iluminaciones navideñas. Y lo que más nos gusta es crear polémica. La Navidad empieza en Sevilla con el alumbrado y tendremos noticias de todo tipo: si las bombillas son de bajo consumo o si resulta que se alumbran determinadas calles y otras no. Nunca se habla tanto de bombillas, de colores y de iluminaciones como en estas fechas. Tenemos una capacidad de dar de sí cualquier tema que es alucinante.

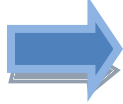
En definitiva, la Navidad condiciona mucho al Periodismo. A todo esto hay que sumar algo que no he mencionado: el esfuerzo que supone preparar cada año los resúmenes de fin de año. Es tremendo. Es muy difícil manejar la documentación de todo un año cuando no te acuerdas ya de lo que ha pasado en enero. Todos los años volvemos a lo mismo. Hay que preparar especiales de fin de año sacando tiempo de donde no lo hay para emitirlos el día 30 ó 31 de diciembre porque es tradición.

Tengo una anécdota que contar sobre mi experiencia periodística y la Navidad. En el año 1990 empezamos con el programa "*Parlamento*". Era todo tan institucional que siempre intentaba darle un giro social al programa. Por eso, cuando llegó la Navidad se me ocurrió crear un coro de campanilleros dentro del Parlamento. Al principio éramos diez entre diputados y funcionarios y había mucha timidez. El último año que yo dirigí el programa, había tortas por entrar. Uno de los diputados decía que él quería ser el director del coro de campanilleros. Lo que quiero decir con esto es que la Navidad une mucho más que desune. La Navidad tiene un sonido que es capaz de limar las diferencias de

---

partidos políticos para cantar. Si eso que es espíritu navideño ocurre una vez al año, ¿por qué no vamos a aprovecharlo? En fin, no lo había pensado antes, pero todavía nos queda crear entre todos una especialidad navideña. Yo me pido el mantecado.

(ir al inicio del capítulo)



(ir al índice)

