

La Televisión Local y su receptividad *

Manuel Bellido Bello **

Miguel Gallardo Rodríguez **

Luis Pérez Cañete **

El primer día del Encuentro concluía con el Panel denominado “*La Televisión Local y su receptividad*”, que fue la tercera sesión celebrada en esa jornada de arranque. Tres personas se sentaron en la mesa como ponentes: Manuel Bellido Bello, director de las revistas *Agenda de la Empresa Andaluza* y *Mujer emprendedora*; Miguel Gallardo Rodríguez, director de los diarios cibernéticos *Sevillapress.com* y *El Faro de Chipiona.com*, y Luis Pérez Cañete, director de *Aljarafe Televisión* y de *Radio Guadalquivir* así como director de Comunicación del Ayuntamiento de San Juan de Aznalfarache. Se ofrece cuanto se expresó...

Manuel Bellido Bello: Estamos trabajando en una plataforma de Televisión en Internet. Es un proyecto que esperemos que esté dentro de un año funcionando. Hasta ahora he desarrollado Periodismo escrito. La vocación me nació en Milán concretamente. Trabajaba para una multinacional de comunicación, era una casa discográfica e iba mucho por las redacciones de los periódicos de Milán. El *Día Nebli*, donde estaba la primera redacción de *Il Gionarle*, dirigido por Montanelli, me encontré un día escuchando hablar de la creación a los periodistas que estaban allí.

Aunque esté en el Periodismo escrito, me he llevado todo este año asesorando a una serie de alcaldes andaluces sobre la posibilidad de crear televisiones locales en Internet. Lo que os quiero contar es fruto de las reflexiones que he hecho. Decía Manuel Gómez Cardeñas que seguramente

* Intervenciones tenidas en el Encuentro “*Del Video Comunitario a la Televisión Local en Andalucía*”.

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

haya trabajo en productoras porque hay mucha demanda de buenos profesionales, de buenos periodistas. Seguramente, también se encontrará mucho trabajo en las Corporaciones Locales, en los Ayuntamientos, porque hacen falta periodistas que alumbren un poco de Comunicación a la gestión local.

Una de las ideas que puedo aportar es que tras esas reuniones concluí que las Televisiones Locales son múltiples, variadísimas, muy diferentes entre sí, cada una es un mundo aparte, es decir, no hay una que sea igual a otra. Recuerdo cuando se fundó *Onda Jerez*, la Televisión Local del Ayuntamiento de Jerez. Es una cosa totalmente distinta de las televisiones que ahora nos encontramos como, por ejemplo, de *Giralda Televisión*, e la que conozco también la estructura y cómo funciona. El adjetivo local aplicado a una emisora de Televisión no es necesariamente limitativo, la capacidad económica de una Televisión Local hace que no podamos ni pedirle milagros ni tampoco compararla en los estudios con las televisiones nacionales, sean públicas o privadas; es otra realidad. Estas televisiones locales son herramientas de comunicación como tantas otras que han ido naciendo a lo largo de la historia y se han ido perfeccionando. ¿Pero para qué se han perfeccionado estas herramientas de comunicación? Para estar más cerca del otro, para estar más cerca de los otros, ésa es la función de estas herramientas y de estos Medios de Comunicación.

Como el tema es muy amplio y multifacético, me voy a centrar en la receptividad. Parece una bobada a estas alturas hablar de comunicación y más aquí en la Facultad de Comunicación, pero me parece que es importante repararlo. ¿Con qué dificultad me he encontrado para querer reparar esto? Con algunos alcaldes al querer montar una Televisión y no saber qué es lo que era la comunicación o cómo había que entenderlo. La comunicación es una cosa importantísima en las empresas, en los gobiernos, en educación, en la política. Pensad que muchas veces se cambian gobiernos y se cambian ministros porque no se comunican suficientemente bien y se quiere contar realmente lo que se hace. Pero, ¿qué es la comunicación? Es decir, ¿podríamos definirla de alguna manera para poder después partir de este concepto y poder aplicarlo a lo que es una Televisión Local?

La palabra Comunicación tiene su raíz en una palabra latina que es *comunicare*, que significa poner en común. Esto no hay que olvidarlo a la hora de crear una Televisión Local tampoco, es un proceso donde entran en juego muchísimas cosas, pero, sobre todo, hay que pensar que es una facultad innata de todos los seres vivos, es decir, sin comunicación habría cosas de las que no podríamos hablar como, por ejemplo, de movimientos migratorios, de

reproducción. La comunicación es fundamental. Toda especie, sea simple o más compleja, necesita de la comunicación para interactuar. ¿Qué ha pasado en estos tiempos que parece que la comunicación es una cosa tan importante todo el mundo necesita, acepta y quiere saber de comunicación, asistir a congresos, aprender oratoria, aprender a comunicarse? Es algo que se necesita porque es un paraguas que lo cubre todo, no es algo solamente típico de los periodistas o de la gente que estudia publicidad o que hace publicidad.

Hace algún tiempo, buscando, con una compañera, material para un taller de Comunicación, encontramos unos escritos de un consultorio internacional que se llama Ken O'Donnell, que trabaja para multinacionales, para Naciones Unidas y empresas importantes. Ha escrito cerca de diez libros y desde hace cerca de treinta y cinco años está trabajando en la visión humanística dentro de la empresa. Uno de los escritos que encontramos de Ken O'Donnell decía que a pesar de que la Comunicación es una facultad innata en el ser humano, algo que necesitamos para socializarnos, curiosamente el ser humano, al ser humano, no se le ha entrenado para tratar con otros seres humanos. Es una paradoja.

Parece que no tiene mucho sentido, pero si vosotros lo aplicáis en vuestra vida personal, pensad, por ejemplo, en una persona de vuestra familia, en un compañero de clase o en un amigo con el cual os lleváis bien con el que haya una relación fluida. ¿Por qué hay una relación fluida? Porque tenéis afinidades, tenéis gustos que compartís, tenéis algo en común. Pensad sin embargo en alguien con quien no os llevéis bien, un compañero de clase con el cual tenéis que hacer un trabajo o en un profesor que no os caiga bien, que sencillamente no encontráis un tema de conversación o, lo más grave que sucede, huís de él, no podéis estar ahí. ¿Esto por qué es? Si pensáis que lo que os une es nada, ahí es donde está el problema realmente, no os une nada. Por tanto, esto significa que hay que encontrar siempre algo en común con la persona que comunicamos o con los receptores que tenemos en un Medio de Comunicación. En la publicidad hay una cosa que vosotros conocéis muy bien y es que hay una máxima en la que trabajan todos los creativos que dice que todo se puede relacionar. Pensad por ejemplo en el anuncio de “Nespresso” de George Clooney, que relaciona el cielo con el café y con el artista.

¿Cómo hacemos para perfeccionar esta comunicación que después tenemos que trasladar y que a estos alcaldes les costaba tanto trabajo entender qué es esa base para construir ese Medio? Porque hay muchas personas, incluidos políticos con mucha cultura, que creen que la comunicación es algo así como salir de sí mismos, presentarse ante el otro como lo que es y dar algo, prepararse mucho, dar lo que tiene. Y ahí es donde está el primer error. Nos preocupamos demasiado de nuestro papel de emisor, demasiado. Lo tenemos

elevado a la máxima potencia. No consideramos al receptor y éste es el pecado capital de muchas televisiones locales, no se piensa en el receptor. Podemos vislumbrar la clave errónea de cierta comunicación en que no escuchamos, nos olvidamos del receptor que tenemos.

Hemos dicho que la Comunicación es algo innato en el ser humano, pero que no ha sido entrenado suficientemente para comunicarse y relacionarse con otros seres humanos y que la comunicación nos ayuda. Es lo que hace que nuestra vida sea más feliz o que tenga más problemas. Decíamos que la Televisión Local es una herramienta de comunicación. ¿Qué es lo que tienen que hacer entonces? ¿Qué es lo que yo les decía a estos alcaldes? Tenéis que conocer las necesidades y exigencias de las personas en cada momento, así como el comportamiento de esas audiencias. Es decir, tener una visión de la sociedad a la que se dirige que sea completa y actualizada siempre.

Nos encontramos con audiencias cada día más fragmentadas. Hay innumerables ofertas de información porque a cada Medio informativo le corresponde cada vez menos porcentaje de receptores. ¿Qué pasa cuando una Televisión Local quiere retransmitir, por ejemplo, un partido de fútbol del equipo local? Pues que si tiene sólo dos cámaras para retransmitirlo, el terreno de juego en vez de verde es marrón y no hay brillantez ninguna. Al final, el telespectador cambia directamente de canal. Se va a buscar algo mucho más brillante.

La receptividad es la capacidad de recibir y la audiencia es poco receptiva a mi modo de ver. Está sometida a una continua saturación de información, incluso la que pudiéramos suponer que no está fragmentada. Cada vez se anuncian más cosas y cada vez el receptor está menos dispuesto a recibir los mensajes con actitud favorable. Esto es, no les basta que un producto sea bueno, tiene que ser el mejor y para él mismo. Eso es lo que busca la audiencia. Y hay un claro rechazo a sentirse manipulado. La gente quiere participar de alguna manera, caso de los SMS que ahora están muy de moda en casi todos los programas. El éxito de quien quiera tener una Televisión Local está en quien mejor consiga conocer la audiencia, ponerse en el lado del receptor y ver a ver qué es lo que se les puede ofrecer porque es lo que el receptor necesita.

Yo encontraba en muchos alcaldes que la idea que tenían era la exclusiva preocupación de transmitir su idea, de transmitir su mensaje. Necesitaban que su mensaje llegara a recabar en el público y, por lo tanto, se decían que, como la Televisión Local es un servicio público, tenían que retransmitir todos los plenos, las inauguraciones del alcalde, los discursos, etc. Pero, al final, termina con la audiencia porque la gente se aburre como ostras. ¿Cuál es la solución?

Eso que proponía antes Manuel Gómez Cardeña: se necesita crear contenidos y esos contenidos te los pueden proporcionar únicamente determinadas productoras. Es verdad que el coste puede ser alto, pero es la única manera de asociarse y poder transmitir una programación que sea más o menos digna.

Yo creo que después hay que fidelizar al receptor, hay que crear una programación que lo fidelice. Hay que tener en cuenta de alguna manera al espectador en los diferentes momentos del día, qué hace, qué necesita. Y algo muy importante, hay que utilizar la comunicación siempre en forma proactiva y, si es posible, estando mucho en la calle, recogiendo la información cercana. Si se hacen informativos es fundamental decir siempre la verdad. Decir siempre la verdad no solamente garantiza los resultados que se quieran obtener, sino que también garantiza lo mejor de las audiencias.

Miguel Gallardo Rodríguez: Cuando ya se tiene mucha experiencia y se ha andado por muchas redacciones y muchos sitios, normalmente se pierde el concepto de lo que estamos hablando, de la receptividad, de lo que interesa o no interesa realmente a las personas y, en concreto, a los jóvenes. Cuando me dijeron la temática de este año, decidí mirar en Internet, donde miramos casi todos con los peligros que eso conlleva sobre si es verdad o mentira lo que encuentras. Puse, lógicamente, '*Televisión Local*', '*receptividad*' o '*receptividad en la Televisión Local*'. Con gran asombro me encuentro que las veinte primeras referencias de *Google* -y se puede comprobar cuando se proceda ante la pantalla cibernética- era sobre la receptividad en las televisiones locales. Entonces, se tienen dos posibilidades, una haberlo mirado en *Google* como he hecho yo y otra, venir a oírme. Habéis escogido la acertada que era venir porque si llegáis a escoger la mía, la de *Google*, te dice que hoy aquí había que estar a esta hora, dejar el despacho, coger el coche y venirme a donde había que estar para hablar de la receptividad.

Quisiera que os quedarais con una idea clara, que ya es bastante sobre los alumnos que no han venido a esta charla. Un apunte histórico, brevísimo y rápido. La Televisión como fenómeno y como Medio de Comunicación en España tiene 53 años. Eso significa que cuando yo nací no había Televisión. No era ni buena ni mala ni receptiva ni no receptiva. No existía. Empezó sólo la primera cadena unas tres o cuatro horas. A los diez años la segunda cadena sólo unas horas a partir de las ocho de la tarde y en algunos sitios como Madrid, Barcelona o Sevilla. En los demás sitios no se veía Televisión, ni primera, ni segunda, ni privada, ni pública, ni autonómica ni local. Las televisiones privadas y autonómicas tienen 22 ó 23 años y han nacido con ustedes, mientras que las televisiones locales no tienen más que 14 ó 15 años. Es decir, estamos hablando de algo muy nuevo y de algo que quizás por eso no hay dos iguales

porque se han creado todas sin referencia. No había manual de instrucciones de cómo debe ser una Televisión Local.

Un apunte más. La primera Televisión Local de España y de Andalucía fue la de Sanlúcar de Barrameda, *TeleSanlúcar*. En una época en la que había pleitos por la concesión de las televisiones privadas –las primeras fueron *Telecinco*, *Antena 3* y *Canal +*– ya existía esta Televisión. Curiosamente, el grupo Zeta, editor de la revista *Interviú*, *Tiempo* y *El Periódico de Cataluña* pleiteaba porque el Gobierno les había dado una concepción administrativa para poder emitir en Sanlúcar a una serie de individuos que eran técnicos de Televisión y que a día de hoy sigue funcionando y está en el paso de la analógica a la digital.

Vamos a observar o estudiar la receptividad de las televisiones locales desde cinco puntos de vista: desde la cobertura, desde el contenido, desde la audiencia, desde la publicidad y desde la tecnología. Desde el punto de vista de la cobertura, se llama una Televisión Local porque llega solo a una localidad, considerando localidad a una superficie menor a una regionalidad o una nacionalidad. Hasta hace muy poco ustedes no podíais ver ni escuchar la Televisión de Chipiona, por ejemplo, en Córdoba, ni en Murcia, ni en Uruguay ni en Japón. Sólo se podía ver en el territorio, en la localidad, por eso era una Televisión Local. Con la llegada de la Televisión a la carta y de Internet eso se desconfigura por completo. Muchas televisiones locales retransmiten en directo por un sistema que se llama *Stream* o cuelgan el programa para verlo a la carta cuando quiere cada uno. Ustedes tienen otro concepto de la Televisión Local, el de ver el programa de su pueblo en la capital en la que estáis estudiando. Pero, es algo más. Ver *TeleChipiona* cuando estás en un Campeonato del Mundo de Baloncesto en Japón. Eso era impensable. La cobertura se desvincula de la localidad por una vía que es Internet.

El segundo concepto es el contenido. ¿Qué contenido debe tener una Televisión Local? Lógicamente lo más próximo, lo que interesa. Noticia es lo que interesa a la gente, la mejor noticia es la que interesa a mayor número de gente. Interesa más lo próximo, lo cercano. Si yo ahora os comunico que antes de venir he visto que el Gobierno se ha reunido excepcionalmente y ha hecho un decreto en el que todos los alumnos que asisten a esta conferencia tienen ya acabada la carrera de Periodismo. ¿Eso os interesa o no? Es una noticia que os interesa, sea falsa o verdadera. Eso os interesa porque va a ustedes. En una Televisión Local de esta aula habría que retransmitirlo, darle la entrada en telediario y veinte minutos porque es lo que más os interesa. Al aula que está en Madrid no le interesa porque no le afecta. Luego lo próximo es noticia porque te afecta.

Los mayores contenidos en ese sentido son los informativos: cómo ha quedado tu equipo, tus fiestas patronales, etc. Curiosamente, todas las televisiones locales de Sevilla han conseguido sus mejores emisiones con la Semana Santa y la Feria de Sevilla. Con grandes éxitos todos porque era la única forma de la gente programar o buscar que existe una nueva Televisión. Hay otras cosas que pueden dar igual: que un chiste lo cuente desde mi pueblo o desde otro sitio, donde se haga una obra de teatro o si los de *Gran Hermano* se reúnen en Córdoba, en Barcelona o en Uruguay. No tienen localidad. Lo que ocurre es que los contenidos tienen un coste muy elevado. La ley obliga a las televisiones locales a emitir un número de horas de temas locales, pero es muy difícil mantener veinticuatro horas de programación local. Lo que ha ocurrido y va a seguir ocurriendo es que para abaratar costes se recurre a una productora andaluza de flamenco y todas las televisiones locales dan el mismo contenido.

Desde el punto de vista de la audiencia, la Televisión Local es buena. La gente es receptiva a lo próximo. Por los datos de audiencia que existen, que no son muchos, todos buenos por pequeña que sea la Televisión. En todos los pueblos que hay Televisión Local ésta se ve. En Sevilla se ve *Giralda Televisión* y antes también se veían *Onda Giralda*, *Localia*, *Popular Televisión* y *Sevilla Televisión*.

Desde el punto de vista de la publicidad interesa porque hay una serie de anunciantes que sólo se pueden anunciar en la Televisión Local. Si yo voy a abrir un bar en Sevilla, no quiero pagar la cuota publicitaria de *Telemadrid* por si de Madrid me viene un cliente. Yo quiero que eso se anuncie en la Televisión de Sevilla y quiero pagar la cuota de publicidad correspondiente a la audiencia de Sevilla que son los que me van a ver y los que van a ir a mi negocio. Luego el anunciante sí quiere la Televisión Local. Lo que pasa es que la paga al coste correspondiente de la audiencia que tiene la Televisión Local y con esos ingresos la Televisión Local tiene muy difícil poder hacer una programación larga de 24 horas y atractiva para poder ser rentable económicamente. Eso es un problema. Analizando objetivamente la publicidad es interesante para el anunciante como para el comerciante. Un periódico como *El Correo de Andalucía* donde vende sus periódicos es en Sevilla mayoritariamente por lo que quiere anunciarse en la Televisión de Sevilla. De nada le sirve un anuncio en *Canal Sur* que le cuesta diez veces más cuando en Almería, Málaga y Granada ni llega el periódico porque no lo distribuye.

El quinto y último punto de vista es el de la tecnología. Tecnología que antes era analógica y estaba limitada por las concepciones administrativas. Cualquiera pude fundar un periódico, pero no una Televisión porque

necesitamos una concesión administrativa. Los políticos y los técnicos justifican que las ondas son limitadas como no hay banda para infinitas Radios. Con el apagón analógico y el paso a lo digital hay más canales, pero a día de hoy televisiones locales siguen transmitiendo en sus pueblos por analógico. Nadie se ha encargado de quitar los repetidores.

¿Qué ha ocurrido con la llegada de las digitales terrestres? Que hay muchos canales, pero el mercado no está estudiado correctamente por los políticos que conceden las licencias. Ocurre que de pleitear en los tribunales porque ser considerada ilegal, *Localia* pasa a renunciar a la concesión de una Televisión Autonómica para retransmitir en toda Andalucía porque no le interesa. A Vocento tampoco le interesa montar *Canal 10 Andalucía* cuando tiene que pagar otra licencia de *Canal 10* nacional. Inviabile lo ve también *Popular Televisión* después de estar diez años peleando para una cuota de mercado pequeña. Así, lo que antes era un privilegio, tener una concesión administrativo, ahora se devuelve. La Junta de Andalucía tiene ahora un montón de licencias ahora que nadie quiere porque montar una Televisión es un negocio que nadie quiere. Han decidido darle a *Canal Sur* una llamada *Canal Sur 3* y no saben qué van a hacer con ella. Como conclusión, tal y como está hoy establecida legalmente la Televisión Local tiene un futuro muy dudoso. Es un negocio antirrentable en un momento de crisis cuando hay que destinar los presupuestos a gastos más necesarios que una segunda o tercera Televisión.

José Luis Pérez Cañete: Lo primero que yo voy a hacer es plantear nuestra situación. *Aljarafe Televisión* ha desaparecido con el apagón analógico por varias razones. Éramos una Televisión Pública Municipal financiada por el Ayuntamiento de San Juan y con muy poco dinero. No todas las televisiones locales son como *Giralda Televisión*, *Onda Jerez* o *Canal Cádiz*. Nosotros podíamos tener un presupuesto anual de alrededor de 500.000 euros del cual acotábamos escasamente el cuarenta por ciento. Ese presupuesto era para la Radio, para la Televisión, para el portal de Internet y para las publicaciones del Ayuntamiento.

La ley que nos ha obligado a dar el salto a la TDT con el plazo límite de 2012. Esto se aprobó en el Parlamento Europeo hace bastantes años. Es una normativa en la que se nos obligaba a dar el salto a la TDT y nosotros nos hemos querido adelantar. Seguramente, porque las televisiones locales eran algo molesto, siempre lo han sido desde que nacieron. Miguel Gallardo me va a permitir que lo corrija. Cuando nacieron las televisiones locales no existía *Canal Sur* y ya *San Juan Televisión* emitía y también Utrera y Carmona, incluso antes que Sanlúcar. Estamos hablando del año 1988 o 1989. Antes, hacia 1986 existía el Vídeo Comunitario que tenía inquietudes y hacían posproducción.

La citada ley se convierte en España en un proceso de debate a principios de esta década y en 2004 el Gobierno de la nación decide aprobar un plan técnico que ordena lo que va a ser el futuro de la Televisión Local. Ese decreto se aprueba en el primer Consejo de Ministros justo después del atentado del 11-M en Madrid y justo dos días antes de las elecciones que después perdería Rajoy. Está hecho según unos criterios técnicos, con una serie de marcaciones porque las ondas es un espacio limitado. Lo acotan y deciden que una demarcación es la de Sevilla, otra es la de Utrera, otra es la de Écija, etc. El objetivo es que por cada canal que antes emitía ahora vamos a tener cuatro porque la tecnología digital comprime la señal. En el canal 33 por el que emitíamos nosotros *San Juan Televisión* caben cuatro y si forzamos hasta cinco. ¿Qué pensábamos inicialmente? Que íbamos a caber todos y las aproximadamente trescientas televisiones que se censaron en Andalucía la última vez dejarían de ser alegales.

Sin embargo, ahora los canales se ven muy bien, pero cuáles de ellos realmente nos interesan. No hay grandes novedades. En Sevilla debería haber ocho televisiones, pero, al final, han acabado cuatro y de éstas sólo una de es Televisión Local; el resto no son locales porque no interesa y porque se ha hecho mal el proceso. Antes hablaba Miguel de *Popular Televisión* y de *Localia*. Estos grupos no quieren hacer una Televisión Local; quieren hacer una Televisión Nacional para una población pequeña. Eso es un error porque no va a ser rentable en la vida. La Televisión Local es otra cosa, es hacer información cercana, la información que le interesa a la gente. La Televisión Local es un informativo modesto en el que contamos las cosas que pasan en el pueblo. Hay que contar las cosas que hay que contar y hay cosas que no se pueden contar. Eso no creo que sea ninguna novedad. Las televisiones privadas a lo mejor tienen algo más de manga ancha pero también se deben a quien mete ingreso en la casa. Si el que mete ingresos es el Ayuntamiento, no se pueden hacer locuras contra él.

Hay que procurar siempre contar cosas de la gente. ¿Qué interesa a mucha gente? El deporte local. Cuando nosotros retransmitíamos un partido del equipo del pueblo, con una cámara por cierto, ni siquiera con dos, lo habría quitado. ¿Por qué? Porque no me gusta ese fútbol, pero hay un colectivo de gente del pueblo que les encanta y ahora nos llaman y nos dicen que por favor cuándo vamos a volver a echar los partidos del San Juan, del Loreto, del Castilleja o del Camas, porque nosotros teníamos una vocación un poco comarcal. La gente echa de menos eso. La gente quiere verse a sí misma y eso sólo lo consigue en la Televisión Local.

Es ver la fiesta del pueblo. Las Televisiones Locales de Sevilla se peleaban por coger la señal de La Campana porque era la que daba más audiencia. También nos daba audiencia un programa llamado “*Con voz propia*” en el que el periodista salía a la calle para ver lo que otros hacían y eso gustaba. Hacíamos un programa de educación que se llamaba “*Edúcate*” con bastante calidad técnica que consistía en ir a los colegios y contar sus actividades. Padres, niños, abuelos nos pedían después que lo pusiéramos. Sacábamos más vendiendo las copias de los programas que con la publicidad. Las copias eran baratas y algunas veces hasta las regalábamos porque, al ser una Televisión Local, también interesa que la gente esté contenta, que estropear la imagen en los sitios. Eso se ha acabado. Ya no va a existir más porque las pocas televisiones locales con concepto que hayan quedado están en Sevilla, en Jerez, en Cádiz, en grandes capitales y pueden hacer eso con ciertas limitaciones.

La Televisión Local actual se ha enfocado mal, con grandes presupuestos, con grandes productoras. Cuando llegó la TDT, las grandes productoras empezaron a buscarse la vida para ver si podían meter cabeza en las televisiones locales. Yo les decía si sabían dónde se metían, el presupuesto de un ayuntamiento, la plantilla de seis personas, de los cuales no todos son periodistas pero que había que contar con ellas. Las grandes productoras querían hacer un programa para compartir con varias televisiones, pero eso no nos servía con el concepto de Televisión Local que tengo. Para eso nosotros inventamos varias propuestas, nos asociamos, compartimos productos, pero esos productos son siempre de relleno. Tuvimos una iniciativa con las televisiones privadas, con *Acutel*, *Próxima Televisión*, en la que inventamos una parrilla de tres horas compartidas de todas las televisiones locales de Andalucía, pero teniendo muy claro que ése no era nuestro objetivo, era para rellenar porque no teníamos capacidad de hacer veinticuatro horas con diez personas. Quizás el concepto que podría servir es el de las mini productoras. Las productoras de gente joven que empiezan a funcionar y hacen un producto, lo venden, sacan la publicidad, etc. Pero, es muy difícil sacarle rentabilidad a un producto para una sola Televisión y en cuanto queramos hacer un producto para varias, empezamos a tener complicaciones al alejarnos un poco de los grandes.

Comparto con Manuel lo de que los alcaldes no tienen claro el concepto de comunicación como no lo tiene claro esta sociedad. No son capaces de dirigir el camino que debe llevar una Televisión. ¿Cuál es el problema de la TDT?, ¿por qué la Televisión Local no ha salido adelante? Primero, porque el plan técnico está mal hecho. Se hizo con criterios técnicos que yo considero muy cuestionables. Un ejemplo. San Juan está en la demarcación de Sevilla y, sin embargo, Gelves, que es frontera con San Juan, está en la demarcación de Dos Hermanas. Ustedes me dirán qué criterio técnico es ese. Después, el reparto

de licencias tampoco se ha realizado de la manera adecuada. Creo que la Junta de Andalucía no ha estado demasiado acertada dejando a los grandes grupos por encima de los pequeños empresarios que existían y que tenían proyectos y muchos. Resulta incomprensible que televisiones que llevaban veinte o veinticinco años como Carmona o Alcalá se hayan quedado sin licencia, mientras que se la han dado a *Localia* y ahora se van porque no tienen proyecto de Televisión Local.

El tercer problema es la crisis económica. El proyecto de la TDT ha llegado justo cuando comenzaba la crisis económica. Cuando nos reunimos con los alcaldes y les dijimos que íbamos a hacer una Televisión, nos respondieron que no tenían dinero sino deudas. Esto ha sido lo que se ha cargado en definitiva el proyecto de la Televisión Local en la TDT, que no iba a ser local porque tenía que ser *Metropolitana Televisión*. Ahora mismo estamos sin licencia. La fortuna que tenemos es que nosotros somos Televisión Municipal y la licencia se nos guarda. Posiblemente, dentro de dos o tres años los alcaldes estén en condiciones de hacer una apuesta por la Televisión Local. Sí es cierto que antes deberían aprender qué debe ser Televisión Local y qué no debe ser porque la Televisión Local no tiene que ser un panfleto del correspondiente alcalde, debe ser algo destinado a los ciudadanos. Como conclusión final tengo que decir que, desde mi punto de vista, la ley de la TDT, para mencionar una canción famosa, ha matado a la estrella de la Televisión Local, pero definitivamente.

TURNO DE PREGUNTAS

Desde el público: Quisiera que contestara José Luis Pérez Cañete. ¿Hasta qué punto es justo que se pague Televisión con el dinero de todos los contribuyentes? ¿Por qué no se privatizan todas las televisiones si son empresas y miran la finalidad del beneficio?

J. L. Pérez Cañete: Tan válida es la opinión que dice que la Televisión Pública se debe privatizar porque es un coste para la sociedad y para los contribuyentes como quien dice que la Televisión Local Pública es necesaria. Pero, ¿qué es necesario desde mi punto de vista para la Televisión Local Pública? Porque hay ciertos contenidos que jamás vamos a ver en una Televisión Privada porque no sería algo rentable. Nosotros teníamos programas de literatura y de arte que eran unos de los que más éxito tenían, otro era para colectivos minoritarios a los que a veces hay que hacerles un hueco especial porque no siempre tienen presencia como inmigrantes, personas mayores, mujeres. Todos estos huecos que abre la Televisión Pública quedarían cerrados

desde el punto de vista de la Televisión Privada. Ahora bien, hay que gestionar la Televisión Pública de una manera más adecuada, logrando que no cueste tanto dinero a los contribuyentes y evitando que se gaste tanto dinero como se está haciendo ahora, por eso decía que el error que se está cometiendo con la televisiones locales está generando que se esté trabajando con conceptos de televisiones nacionales y no como conceptos de televisiones locales. Es lógico, yo pienso que la pública tiene cabida porque ofrece cosas que nadie más va a ofrecer si no existiera la pública. Podemos prescindir de ella sin ninguna duda. De todo se puede prescindir.

M. Gallardo Pérez: En mi criterio está clarísimo que no puede haber ocho televisiones públicas. Yo puedo llegar a aceptar, aunque es discutible, que hay una programación cultural necesaria que el Estado como tal tiene que dirigir a sus ciudadanos. Pero acepto una posibilidad, a lo más una nacional, una autonómica y una local. Lo que no me vale es cuatro canales nacionales, tres autonómicos y siete locales y yo los pago todos y ahí coméis todos. Un dato histórico. En un tiempo existieron periódicos del Estado en la dictadura. Después, en la democracia existió lo que se llamó Medios de Comunicación del Estado. Esta misma problemática existió en los Medios impresos. Había periódicos del Estado y hoy no existen y no pasa nada. Mi criterio general con esto y con todas las actividades económicas del Estado es que éste debe llegar a donde no llega el particular. Si en una localidad pequeña como Cuenca no hay ningún empresario que le sea rentable tener un solo periódico, el Estado crea allí un periódico. A la hora de competir es absurdo. Es absurdo que *Canal Sur* eche más dinero para intentar ganarle a *Telecinco* porque el dinero de *Canal Sur* es mío y el de *Telecinco* es de Berlusconi.

M. Bellido Bello: Se trata de un problema político porque a qué gobierno autonómico le quitas la posibilidad de tener un canal de comunicación tan directo como es una Televisión. Se puede ahorrar, es decir, los presupuestos pueden rebajarse, pero no tanto en lo que se hace como programación como en cuanto a la calidad porque cuesta mucho hacer una programación. Se puede ahorrar en personal, en infraestructura. Hay muchísima gente en muchas televisiones locales, regionales, nacionales en España que están sin hacer nada desde por la mañana hasta por la noche porque hay personas que estaban porque estaba un determinado partido político. Hay muchos de estos gastos que se elevan a la enésima potencia y hacen que la Televisión esa sea muy cara. Al final la Televisión siempre está en déficit porque la calidad exige siempre mucho dinero. Parece que en Madrid, Esperanza Aguirre quiere privatizar *Telemadrid*, pero a ver quién es el que le pone el cascabel a ese gato y decide renunciar a un Medio así en alguna autonomía.

M. Gallardo Pérez: Al revés, los crean nuevos, Giralda lleva un año solo. No solo no se está sino que el que tiene capacidad y está en el poder lo crea para su servicio.

Desde el público: Yo creo que esa gente y me incluyo, sigue demandando esa información local porque yo antes de ver el *ABC* o *El País* me meto en *El Periódico de Extremadura* porque me interesa saber lo que pasa a escasos centímetros de donde yo vivo. No sé cómo se ha llegado a la situación de decir que ha desaparecido. Si se exige esa información por qué va a desaparecer.

M. Gallardo Pérez: No es que vaya a desaparecer, sino que no va a existir como es hoy porque es antirrentable. Yo he dicho claramente que la Televisión interesa. De eso no cabe la menor duda, el problema es de coste, ya que vale más dinero de lo que produce. Ningún empresario se mete en una empresa privada que es deficitaria antes de empezarla, que ya lo sabe. Ahí sí tiene cabida la Televisión Pública para llegar donde no llega la privada.

(ir al inicio del capítulo)



(ir al índice)

