

**Las Ferias vistas por los  
Medios Locales Impresos y en Red \***

---

---

Sergio Crespo \*\*  
Miguel Gallardo Rodríguez \*\*  
Ángel Muñoz León \*\*  
Juan Miguel Rivas \*\*  
María Ángeles Alonso González \*\*

**E**l tercer día del “*Encuentro sobre Medios de Comunicación y Ferias en los municipios sevillanos*” comenzó con un aspecto de plena vigencia: “*Las Ferias vistas por los Medios Locales Impresos y en Red*”. No podía sustraerse la temática que en las últimas décadas más acapara la atención social: la Cibernética. Y por supuesto que si se entra en cualquier circuito informático se aprecia como existe la presencia de las Ferias. Para ello se invitaron a personas que tiene plena relación los Medios Locales y su proyección en la Red: Sergio Crespo, editor de “*Andalumedia*”; Miguel Gallardo Rodríguez, director, junto a Marina Bernal, de “*sevillapress.com*”; Ángel Muñoz León, director de “*Bulevar*”, y Juan Miguel Rivas, director de “*Uvitel Online*”. Moderó María Ángeles Alonso González, periodista, coordinadora de los Estudios de Periodismo en el Centro Andaluz de Estudios (CEADE) y miembro del Equipo de Investigación organizador de la actividad.

*María Ángeles Alonso González:* Sergio Crespo es editor del grupo *Andalumedia*, que acaba de cumplir diez años. Se trata de un conjunto de empresas dedicadas al mundo de la Comunicación que hacen productos de gran calidad con grandes datos de audiencia y de lectores y que da empleo a más de

---

\* Intervenciones tenidas en el panel “*Las Ferias vistas por los Medios Locales Impresos y en Red*” en el “*Encuentro sobre Medios de Comunicación y Ferias en los municipios sevillanos*”.

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

cincuenta profesionales en dos líneas de trabajo: la Prensa Local de los pueblos y comarcas de la provincia de Sevilla y la producción de programas de Televisión. En la actualidad tiene presencia en las parrillas de *Canal Sur 2* y en las televisiones públicas de Extremadura y Asturias. Sergio Crespo es además vicepresidente de la Asociación Española de Prensa Gratuita, escritor, guionista y director del programa “*Saboreando Asturias*” que se emite en actualidad en la Televisión asturiana.

*Sergio Crespo:* Voy a daros mi visión sobre cómo se deben acometer, desde el punto de vista informativo, las Ferias en los municipios desde nuestra experiencia en el grupo *Andalumedia* a través de su empresa de publicaciones de red local de Prensa. Nuestra red local de Prensa está dividida en la provincia de Sevilla en doce cabeceras que cubren el cien por cien de la provincia. Algunas de estas cabeceras son individuales, de pueblos concretos, y otras de una entidad comarcal evidente como la Sierra Norte, donde es muy complicado que cada uno de sus municipios por separado tuviera una cabecera propia. En los periódicos locales es más sencillo tratar las Ferias que en los comarcales donde se informa de entre diez y quince pueblos. Sólo tratamos las Ferias más profundamente de los pueblos que creemos más interesantes desde el punto de vista informativo o porque la publicidad nos lo permita.

A la hora de tratar las Ferias de los pueblos siempre teníamos el referente de la Feria de la ciudad, la de Sevilla. Nosotros entendimos pronto que la ciudad de Sevilla no era un competidor sino un espejo donde mirarnos. Por tanto, la información que salía de la Feria de Sevilla era también un espejo en que debíamos mirarnos. Y nos hemos fijado mucho en ella a la hora de tratar las diferentes Ferias de los pueblos en los Medios provinciales y regionales. Hay que entender que para cada pueblo su Feria es la más importante y nosotros debemos tratarla con esa referencia, prestarle la atención que el ciudadano merece. Por su carácter mensual y no diario, nuestros Medios son bastante festivos a la hora de tratar la información.

Siempre que abordamos una Feria la dividimos en tres momentos desde el punto de vista informativo: la pre Feria, la Feria y la post Feria. La pre Feria comienza en el momento en que se inicia la toma de decisiones con respecto a la Feria a lo largo del año: si hay una portada nueva, si ha salido el programa de actos, si va a haber más policías. Las Ferias de los pueblos no requieren tanta preparación como la Feria de Sevilla y se resuelven en quince días más o menos. En estos días dedicamos mucho espacio a los preparativos sacando fotografías y hablando de los detalles.

---

En la Feria, dedicamos siempre un monográfico. Antes, cuando hacíamos las maquetas de las portadas, sólo poníamos el cartel de la Feria del pueblo, pero en las siguientes reestructuraciones hemos decidido incluir mucha información y muchas llamadas en la portada. Nuestros especiales de Feria siempre informan de la unidad de tráfico, luces, coste energético, actividades, novedades, contratos taurinos, atracciones, moda de trajes de flamenca, paseo de caballos, entrevistas con el concejal de Festejos de turno. Toda esta información va en maquetas donde se intenta contar todo de manera clara y explícita. También llevan un plano de la Feria con las calles y emplazamientos. Aunque las Ferias de los pueblos son relativamente pequeñas, la gente nos demanda siempre un pequeño plano que explique dónde está ubicada cada caseta para que las personas, sobre todo mayores, no se pierdan. Al tratarse de publicaciones gratuitas, hacemos una distribución especial y suelen entregarse ejemplares en mano en la Feria el día del alumbrado o se entrega solamente el especial de Feria. Cuando ya se ha pasado la Feria, dedicamos un número a post Feria al que dedicamos muchas páginas gráficas sobre lo que ha pasado en la Feria. Se hace balance del número de visitantes, de los atendidos por el 061, etc. Esto es todo. Muchas gracias. Le cedo la palabra a mi compañero.

*M. A. Alonso González:* Tiene la palabra Miguel Gallardo Rodríguez, quien es periodista, abogado y empresario, además de fundador y presidente del portal *Sevillapress.com*, el primer diario cibernético independiente de Sevilla. A lo largo de su trayectoria profesional, ha trabajado en *El País*, *Europa Press*, *Radio Sevilla* y *El Correo de Andalucía*, entre otros Medios. En la actualidad, es director de Comunicación de la Federación Española de Baloncesto y delegado de la revista *Semana* en Andalucía desde hace veinticinco años. Premio Andalucía de los Deportes de Periodismo de la Junta de Andalucía y premio de Periodismo de la Asociación de la Prensa de Sevilla, Miguel Gallardo es autor de libros como la enciclopedia *Tesoros artísticos de la provincia de Sevilla* o *La Historia del Sevilla y el Betis*, publicados en el diario *ABC* de Sevilla.

*Miguel Gallardo Rodríguez:* Voy a intentar hablar de lo que me han encomendado. A ver si os dejo dos o tres ideas claras que os puedan servir. También os quiero felicitar por haber elegido el Periodismo como profesión. A pesar de la crisis, del cierre de algunos Medios, la vocación se lleva dentro y la profesión seguirá existiendo.

La gente busca informarse de lo que le interesa y le da igual que sea por el periódico, la televisión, la web, el gratuito. El resultado final es que la gente se comunica. Si se celebra la Feria de un pueblo, el vecino quiere saber de esa Feria y le da igual que se le cuente el vecino, un cartel, el *ABC* o la música de la

---

orquestra. Los manuales de Periodismo definen la noticia como lo interesante para la gente y la mejor noticia como la que interesa a mayor número de personas. Una noticia es grande, mundial cuando el grupo al que le interesa es grande. Si interesa a un grupo reducido es local, aunque no menos importante. Incluso creo que es más importante la noticia local, cercana. No es más importante el corresponsal de un periódico nacional en Estados Unidos que el de un periódico regional en un pueblo. El buen periodista quiere transmitir y el periodista local conoce mejor a las fuentes de información y a los receptores que el periodista de un Medio nacional.

Con respecto a las Ferias de los pueblos, pregunto: ¿Hay algo más importante para la gente de un pueblo que sus Ferias, verbenas o romerías? Creo que no. Es importante para los que quieren ir a la Feria, para los que no tienen que ir a trabajar esos días y están de vacaciones, para los que viven fuera del pueblo y regresan a ver a sus familiares y amigos, para los que no les gusta la Feria y hacen planes o se van a otros sitios durante esos días, para los que tienen que buscar más mercancías para su bar o negocio, para los hoteles que tienen que llenarlos gente, para los taxistas, etc. En conclusión, la Feria de un pueblo interesa a todos. Por eso la Feria es noticia para un pueblo. Y ello entraña una dificultad, la dificultad de informar desde dentro. Es fácil informar de ETA desde Madrid, lo complicado es informar de ETA desde el País Vasco. La profundidad de la información local está en los pilares del propio pueblo, de informar de las medidas tomadas por el alcalde. Al tratar la Feria de un pueblo, lo cercano es caro. No es lo mismo escribir para trescientos mil lectores en el país, que para tres mil en el pueblo. Es complicado mantener económicamente Medios impresos y más si son gratuitos, como lo es para las televisiones locales o TDT y para las emisoras de radio. Sin embargo, es un privilegio tener diversos Medios en un pueblo porque son claves para la libertad de comunicación que existe hoy en día. En el momento en el que desaparecen los Medios de Comunicación, el sistema político y el régimen general de vida suele ser más complicado.

Con la llegada de los Medios digitales, apareció *Sevillapress.com* que es un periódico digital independiente, entendiendo como independiente que no depende de ningún Medio de Comunicación impreso. En este sentido, fuimos los primeros en hacer un periódico de este tipo que no fuera versión digital de un periódico en papel. El periódico digital permite informar sin costes de impresión, de reparto o de publicidad además de compra para el receptor. También ofrece una información más rápida. En el momento en el que se está celebrando una Feria, una corrida de toros o una actuación musical se informa de ella sin esperar al día siguiente. Por otra parte, cuenta con la universalidad de la información, que significa que esa noticia no sólo se está leyendo en el

---

pueblo sino en cualquier parte. Los demás Medios está limitados al pueblo geográficamente, el periódico digital no tiene fronteras. Esto es aún mejor en la Televisión por Internet.

Esto ha hecho que los pueblos, gracias a las Ferias, salgan más en los Medios de Comunicación. Antes un pueblo sólo salía en la Prensa si había sucedido un accidente o un escándalo, ahora hay mayor cobertura en las secciones de los periódicos o suplementos como los de *El Correo de Andalucía* o *Diario de Sevilla*. En *Sevillapress.com* recogemos las noticias que nos aportan los gabinetes de prensa de los ayuntamientos de los pueblos. Nosotros tenemos el compromiso de colgar todas las notas de prensa que nos llegan. Como todos los jefes de prensa de esos gabinetes tienen interés en salir, mandan información siempre. En *Sevillapress.com* tenemos una sección para los pueblos donde se encuentran también las informaciones sobre sus Ferias y nos genera muchas visitas. Una de las entradas más importantes que tenemos es la de la palabra 'Feria' referida a la Feria de Sevilla, con lo cual es interesante recoger informaciones de todas las Ferias de cara a la difusión mundial. Al final, esto nos genera más ingresos publicitarios y en un futuro quizás la capacidad de contratar personal. Muchas gracias.

*M. A. Alonso González:* Ahora tiene la palabra Ángel Muñoz León, director de la revista *Bulevar*. Adelante.

*Ángel Muñoz León:* Lo primero que pensamos al hablar de la Feria es la alegría, la diversión. Pero, a lo largo de los años, las Ferias de pueblos y ciudades se han ido consolidando porque para el ciudadano es muy importante saber cuáles son sus orígenes. Nosotros distinguimos dos tipos de Ferias: las Agrícola-Ganaderas y las Comerciales. Las primeras constituyen un marco de referencia en las que se configuran también las segundas, por lo que estructurarlas fue un reto. *Bulevar* es una revista de entretenimiento que presenta la cara opuesta a la versión tradicional y divertida de la Feria y procura dar a conocer las costumbres, la riqueza local, agrícola y ganadera y productos típicos de cada pueblo, de cada ciudad.

En la primera Feria que empezamos a trabajar fue la de "Ganatur" de Constantina. Nuestros periodistas detectaron que, a pesar de cumplir este año el décimo aniversario, había un gran desconocimiento por parte de los visitantes de la Feria. Por ejemplo, "Ganatur" tiene un concurso morfológico, que es uno de los más importantes de España. Dar a conocer este tipo de Ferias es importante y nuestros periodistas no sólo hacen reportajes sino trabajos de investigación sobre estos asuntos. Sabemos que el concepto de la Feria ha cambiado con el tiempo así como sus elementos (tenderetes, mercancías,

---

espectáculos), por eso volvemos a los orígenes y explicamos la evolución. La Feria de El Pedroso se viene celebrando desde hace trece años. Si tiramos de la historia, antiguamente se hacía en el siglo XVI con los mismos bienes con los que se están haciendo ahora mismo. Para nosotros es importante explicar la riqueza local, las dificultades de entonces para transportar mercancías, la forma de hacer los embutidos, etc. En Constantina hay un tipo de seta autóctona deliciosa y en Las Navas de la Concepción se puede ver en libertad un venado o un jabalí y luego degustarlo. El nacimiento de “*Mercaxati*” en Lora del Río se produce para mostrar los productos típicos autóctonos en la Vega del Guadalquivir y la Sierra Norte de Sevilla que, por lejanía con la capital, se desconocen. El periodista es entonces el nexo de unión entre los pueblos y la ciudad. En las zonas rurales están teniendo una gran aceptación este tipo de Ferias vinculadas al turismo.

Esto ha contribuido a la consolidación de nuestra revista en dos años convirtiéndola en un Medio de referencia. Tenemos unas cuatro mil visitas mensuales y mientras la revista sale en papel, tenemos una media de bajada de entre dos mil y dos mil doscientas revistas, con lo cual tenemos una media de entre quince y veinte mil ejemplares mensuales que hacemos llegar a toda la comarca de la Vega del Guadalquivir y la Sierra Norte. Para finalizar, os quiero invitar a este tipo de Ferias de muestras y artesanales. Muchas gracias.

*M. A. Alonso González:* Por último, tiene la palabra Juan Miguel Rivas. Él es director de la primera Televisión de Utrera, *Uvitel* (Utrerana de Videos y Televisión) a la que recientemente la Junta de Andalucía le ha concedido la licencia de TDT para la demarcación de Utrera. En 1991 comenzó el proyecto de la Televisión Local de Utrera con una parrilla de programación enfocada principalmente hacia los acontecimientos populares del municipio. Fue una de las primeras Televisiones Locales de toda España en ofrecer su programación también a través de Internet. A principios de 2008, Juan Miguel Rivas inicia una nueva aventura periodística y pone en marcha un novedoso proyecto doble que está a punto ahora de cumplir su primer aniversario. *Uvitel Online* y *Uvitel Televisión*, un original periódico digital multimedia y una televisión a la carta donde ofrece información diaria de todo lo que acontece en Utrera, Los Palacios, El Coronil y Los Molares. Asimismo, casi de forma paralela, ha puesto en marcha *Uvitel*, la TDT de Utrera y de la Campiña. El pasado mes de noviembre con motivo del Salón Internacional del Caballo, puso en marcha “*Sicab Televisión*”, un proyecto que ha ofrecido todo lo que acontecía combinando realizaciones en directo con reportajes, entrevistas y resúmenes de las competiciones que se iban produciendo en el mismo salón.

---

*Juan Miguel Rivas:* Espero que mis experiencias sirvan para tener otra perspectiva más de lo que es la Comunicación de Proximidad como es mi caso, por cierto es más interesante de lo que a priori puede parecer.

La Feria de un municipio desde un Medio de Comunicación Local como es la Televisión es algo de lo que si puedo hablar extensamente, pero en cuanto a la versión digital como lo hacemos desde nuestro periódico digital “*Uvitelonline*”, donde en diferentes apartados se habla de Utrera, Los Palacios, El Coronil y Los Molares, y nuestra Televisión a la Carta “*Uvitel.tv*”, solo puedo hablar del primer año que llevamos de recorrido<sup>1</sup>, aunque si puedo decir de entrada que precisamente han sido las coincidencias con las Ferias o fiestas más populares lo que más ha repercutido para aumentar las visitas.

Los actos más arraigados a una población son los que suscitan mayor interés desde el punto de vista de la Comunicación Local. Después de más de 23 años trabajando en Tv. Local, puedo decir que son los periodos en los que los patrocinios se disparan, la audiencia responde y son los pilares que han mantenido a este tipo de Televisiones desde que iniciaron su andadura por los 80.

En cuanto a saber si las nuevas tecnologías, lo digital y la Red pueden restarle o sumarle interés a nuestras Ferias, pienso que su repercusión será similar o aún mayor que con otros medios, y me explico, un ejemplo de lo que nos ha sucedido este año a nosotros ha ocurrido durante los dos grandes acontecimientos que han tenido lugar en Utrera desde que iniciamos nuestra andadura digital, uno en el mes de la Virgen María, en el que una serie de actos alrededor de las distintas advocaciones se suceden a lo largo del mes de mayo provocaron un aumento considerable de las visitas, entonces estábamos empezando, pero pasaron de las 300 diarias del mes de abril a cerca de 600 de media diaria en mayo, en junio bajaron, durante el verano se mantuvo esa tónica, y cuando llegó la Feria de Utrera que se celebra en septiembre los registros se volvieron a disparar, a partir de ahí hemos venido manteniendo gradualmente la aceptación y actualmente de lunes a viernes nos visitan cerca de 800 personas diarias y subiendo, los fines de semanas la media baja

---

<sup>1</sup> *Nota de la edición:* Cuando Juan Miguel Rivas intervino en el “*Encuentro*” era el 17 de diciembre de 2008. “*Uvitelonline.es*” (si se pone *.com* se produce la hipervinculación a *.es*) comenzó a primeros del mismo año. Al prepararse la presente edición de este libro, tenemos datos ofrecidos por el generador de estadísticas “*Webalizer*” al mes de abril de 2009, donde este periódico cibernético alcanzó una media diaria de 41.467 accesos y 799 visitas, con picos de hasta 1.450 de visitas en un solo día, que han supuesto 27.193 clientes al mes; sus accesos acumulados son de 1.244.037 y los archivos descargados llegan a 785.255 con una cantidad de información equivalente a unos 32 Gb.

---

considerablemente, por lo que observamos que los lectores de nuestro periódico digital se interesan más por él durante los días laborables que en los festivos.

Todo esto viene a demostrar que los actos más arraigados a nuestros pueblos, a pesar de tenerlos en nuestra propia casa, son los que más interés suscitan. A través de ellos logramos ampliar que es lo que sucede en nuestras Ferias, permiten calibrar la categoría de las mismas por la repercusión mediática que produce, el ciudadano puede ver los personajes que las visitan, le sirve para saber la última hora de lo que ocurre alrededor de ellas y sabe que sólo su medio más cercano es el único que puede llevarle el verdadero espíritu de las mismas, porque lo más seguro sea que sus periodistas conozcan a fondo sus propias Ferias pues una gran parte de ellos habrán vivido personalmente durante años dichas Ferias.

También quiero añadir que aquellos Medios con una capacidad de comunicación de “*mayor espectro*” como pueden ser los que utilizan Internet, posibilitan un profundo conocimiento de nuestras Ferias y fiestas para los propios ciudadanos interesados, y además están a disposición de cualquiera a nivel global, algo antes impensable, ya que de no existir éstos la repercusión mediática sólo se quedarían en el ámbito de su cobertura local.

Me gustaría finalizar esta reflexión compartida precisamente aludiendo a las personas que sienten la Feria como algo muy suyo, y en especial a aquellas que por cualquier motivo no pueden asistir a la misma, por lo que son siempre las más interesadas. Es en este punto donde la labor de un periódico en la Red de Redes, hoy en día, acentúa su razón de existir, pues en todas partes serán miles de personas las que por un motivo u otro estarán fuera de sus poblaciones y quieran estar informados de lo que a diario ocurre en su Feria, y si además el medio saber ser verdaderamente interactivo haciéndoles partícipes de ella, con más motivo se sentirán protagonistas de su Feria aún estando muy lejos de su tierra.

[\(ir a imágenes mostradas por Juan Miguel Rivas durante su intervención\)](#)



[\(ir al inicio del capítulo\)](#)



[\(ir al índice\)](#)

