

CAPÍTULO VII

LA GRAN EXPLOSIÓN MEDIÁTICA (1993-2009)

Miguel B. Márquez – Marián Alonso González

La Exposición Universal de Sevilla del año 1992 supuso un auténtico revulsivo para la capital hispalense. Junto a un inconmensurable cambio urbanístico y un incremento notable de las infraestructuras, la ciudad experimentó un avance económico y social de gran envergadura y se convirtió en el epicentro de todas las miradas.

Nuevas circunvalaciones como la SE-30, la remodelación del aeropuerto de San Pablo, la puesta en servicio de la nueva estación de autobuses de Plaza de Armas, y la de ferrocarriles, como Santa Justa, que acoge la llegada de la primera línea de alta velocidad española y que permite conectar Sevilla con la capital de España en tan sólo dos horas y media, revolucionan las comunicaciones hispalenses y provocan un incremento de la oferta hotelera y cultural que se consolida con la inauguración del Teatro de la Maestranza.

De igual forma, durante estos años comienzan a desarrollarse nuevas urbanizaciones en el Aljarafe, lo que hace que la población de la zona metropolitana de Sevilla alcance 1.400.000 habitantes –el 50% de ellos en la capital–, mientras que en el ámbito deportivo la ciudad acoge los Campeonatos de Europa de Natación, en 1997 y los Campeonatos del Mundo de Atletismo al aire libre en 1999.

En el campo tecnológico se desarrolla Internet, que en 1993 daba sus primeros pasos con velocidad estándar de 16 Kb, muy por debajo de los 6 Mb existentes en la actualidad. Los procesadores pasan de los 16 MHz, a los Quad Core de 8 núcleos; las memorias RAM de los ordenadores han ido desde 1 Mb a 4 GB, y los discos duros evolucionan de los 30 MB a 1 TB. Asimismo, los monitores abandonan el tubo catódico que son sustituidos por pantallas planas de TFT, al tiempo que asistimos a la desaparición de los disquetes, de las cintas de casete y de vídeo, y se vislumbra el abandono progresivo de otros soportes de almacenamiento de información como son el cederrón y el DVD sustituidos por el Blu-Ray, mientras que aparecen las memorias externas USB que llegan hasta 32 GB, los reproductores de música MP3 y MP4, los discos portátiles externos y los móviles con tecnología de tercera generación.

1. La prensa de papel

De forma paralela a todos los cambios experimentados por la ciudad, los medios de comunicación hispalense van mudando de piel e incorporando notables avances técnicos que han supuesto una auténtica revolución en la forma de presentar las informaciones. De hecho, las innovaciones tecnológicas aplicadas a los medios han conseguido que se avance, a pasos agigantados, hacia la consecución del periodista ingeniero, un profesional capaz de aunar su quehacer informativo con toda una serie de tareas técnicas que le convierten en principio y fin de las informaciones.

En el ámbito de la prensa escrita, un claro ejemplo de esta reconversión tecnológica lo encarna el diario *ABC de Sevilla*, que en el año 1991 abandona definitivamente la etapa de la tipografía para sumergirse de lleno en el offset. De igual forma, 1991 marca un antes y un después en este diario, ya que se produce otro hito de especial relevancia como fue la aparición del color en una página que anunciaba el coleccionable *Historia viva del Betis y del Sevilla*, publicada el 4 de octubre de ese mismo año.

En un primer momento, el color en *ABC de Sevilla* sólo comienza a usarse en las centrales y portadas del rotativo sevillano, restricción que responde al hecho de que el diario no poseía en su taller la infraestructura necesaria para retocar imágenes en color, un problema que se solucionaba externalizando el trabajo a una empresa de fotocomposición encargada de realizar las filmaciones que, con posterioridad, eran montadas en la página en los talleres de la calle Cardenal Illundáin.

Con posterioridad, en 1994, el rotativo hispalense fundado por Torcuato Luca de Tena apuesta por nuevos programas de autoedición como es el QuarkXPress que permite a los redactores la autogestión de sus páginas, desde la maquetación

hasta el escaneado de imágenes, pasando por la corrección de contenidos y finalizando en el envío de la plana a los talleres para su filmación.

Éste no sería sino un primer paso para la auténtica revolución que estaba por llegar, ya que en 1999, y de la mano del denominado 'Proyecto 2000', acometido en toda Prensa Española, se produce el giro definitivo en la edición y producción de este periódico sevillano, ya que se trató de un ambicioso plan de modernización técnica, gráfica y redaccional con objeto de reafirmar al diario como punto de referencia en el competitivo panorama editorial.

Bajo la dirección general de Francisco Jiménez-Alemán, y de Manuel Ramírez Fernández de Córdoba a la cabeza del diario hispalense, en el ámbito redaccional se instauró el sistema de autoedición y gestión editorial Hermes, que comparte las ventajas de los clásicos. De un lado la sencillez y posibilidades de trabajo descentralizado de Edicom, así como la potencia y posibilidades gráficas del Quark. Igualmente, la innovación editorial también supuso la mejora y actualización de los sistemas de documentación y archivo.

En el plano técnico, *ABC de Sevilla* incorpora una nueva rotativa, dispuesta en dos líneas de producción, que le permite disponer de hasta un máximo de 500 páginas diarias, de las cuales hasta 160 podían ir destinadas exclusivamente al diario, la mayoría en color.

Junto al cambio de sistema, *ABC de Sevilla* experimenta a lo largo de 1999 uno de los saltos más importantes de toda su historia y abandona definitivamente los antiguos talleres de Cardenal Illundáin para pasar a los 8.832 metros cuadrados en la Isla de la Cartuja, donde el rotativo hispalense edifica un Centro de Tratamiento de la Información.

El nuevo edificio, situado entre el Palenque y el Pabellón de Marruecos, fue aprobado por unanimidad en el Consejo de Administración de la Cartuja 93 y posee más de 7.000 metros cuadrados construidos en los que pueden diferenciarse claramente dos áreas: la informativa y documental por un lado, y la de impresión por el otro.

Si 1999 marca un antes y un después en la vida de *ABC de Sevilla*, también supondría una nueva ventana a la pluralidad informativa de la ciudad, ya que en este mismo año nace *Diario de Sevilla* que, de la mano del gaditano Grupo Joly, viene a aportar una nueva visión, profesional y plural, de los acontecimientos ocurridos en el día a día de la ciudad de Sevilla.

Desde sus orígenes, *Diario de Sevilla* ha sido fiel a los objetivos marcados por el fundador del grupo andaluz de comunicación, Federico Joly Velasco, interesado en hacer una publicación basada más en la información que en la opinión,

independiente frente a las tensiones políticas del momento y que ofreciera puntuales y rigurosos contenidos, dejando a un lado las críticas partidistas.

Dirigido por Manuel Jesús Florencio Caro y, pese a su juventud, *Diario de Sevilla* está considerado como un periódico de referencia dentro del panorama informativo hispalense que ha sabido adaptarse a los nuevos tiempos y ha adoptado un diseño moderno y una forma de hacer periodismo que rompe con los moldes más conservadores de la prensa provincial.

Tal es el peso que *Diario de Sevilla* tiene dentro del Grupo Joly que otros diarios del conglomerado, como *Diario de Cádiz*, *Diario de Jerez* y *Europa Sur* unificaron su formato con el del rotativo hispalense. Además, el grupo posee en Sevilla una gran redacción central encargada de elaborar la información nacional, internacional y de economía que comparten todas las cabeceras andaluzas del grupo.

Por su parte, el decano de la prensa andaluza, *El Correo de Andalucía*, tampoco ha sido ajeno a todos los cambios experimentados en el ámbito social hispalense. Propiedad desde 2008 del grupo industrial extremeño Alfonso Gallardo S.L., este diario ha vivido en los últimos años un cambio de sede que se ha materializado en un moderno complejo tecnológico en la Isla de la Cartuja, que viene a dar respuesta a todas las necesidades del periodismo moderno, desde 2003.

Uno de los puntos de inflexión experimentados por este rotativo fundado por el cardenal Marcelo Spínola y Maestre en 1899, viene de la mano del Grupo Prisa que tras su adquisición lo somete a una profunda renovación estética. Así pues, *El Correo de Andalucía* estrenaba nueva maqueta el 16 de mayo de 2000, obra del estudio de Antoni Cases.

El nuevo diseño perseguía el objetivo de facilitar la lectura de la publicación, por lo que se incrementó el cuerpo e interlineado de los textos, al tiempo que se modificó la composición de las páginas, intentando que haya una información por página con sus correspondientes despieces y textos de apoyo.

Con posterioridad, el 14 de octubre de 2005, *El Correo de Andalucía* inicia una nueva etapa para convertirse en 'un clásico moderno', en palabras de su director Antonio Hernández-Rodicio. Además de cambiar nuevamente su maqueta, el rotativo comienza a imprimirse en un 90% en color los domingos, lunes y jueves, mientras que el resto de los días incluye un mínimo de 32 páginas en color. El nuevo diseño vino de la mano de Carlos Pérez-Díaz, consejero editorial del Grupo de Medios Impresos de PRISA, quien ya se había encargado de renovar diarios como *As* y *Cinco Días*.

Además del cambio de imagen, *El Correo de Andalucía* renueva todas sus secciones y refuerza la plantilla con 12 nuevos redactores, pasando a conformar el equipo 80 profesionales, al tiempo que introduce cambios en las secciones de opinión, que incorporan las firmas de Antonio Ojeda, Víctor Pérez Escolano, José Sánchez Maldonado y Rosario Valpuesta, entre otros.

De igual forma, *El Correo de Andalucía* se convierte en un claro referente del periodismo provincial, ya que bajo la sección de 'Gran Sevilla' ofrece un amplio despliegue informativo sobre la actualidad de la provincia hispalense, dando respuesta a las necesidades informativas de los sevillanos que residen en los pueblos, al tiempo que la conjuga con la actualidad nacional e internacional, ocupándose de la información local y más cercana de Sevilla en una época marcada por la globalización de la información.

Junto al nacimiento de diarios, ya desaparecidos, tal es el caso de *Sevilla Información*, que estuvo dando cumplida cuenta del devenir político, social, económico y deportivo de la ciudad entre 1996 y 1999 y fue uno de los primeros diarios de la capital hispalense en editar sus informaciones en Internet, o los efímeros *Diario de Sevilla* y *Diario de Andalucía*, en 1996 surge el primer y único diario deportivo andaluz, *Estadio Deportivo*.

Editado en Sevilla, y participado en un 85% por el grupo español Recoletos, el contenido informativo de este diario, ya consolidado en el ámbito deportivo de la ciudad, se centra fundamentalmente en las actividades, acontecimientos y resultados de los dos equipos principales de fútbol en la capital hispalense, el Sevilla Club de Fútbol y el Real Betis Balompié, así como del resto de los equipos de fútbol con importancia local y de otros deportes de más raigambre en la ciudad.

El éxito de pervivencia de *Estadio Deportivo* reside en su pretensión de mantener un equilibrio informativo entre los dos equipos principales de fútbol radicados en Sevilla, así como en conceder importancia a la información local en todos los deportes y las competiciones que se celebran en los ámbitos nacional, regional y local.

De entre los diarios desaparecidos durante los años que abarca este capítulo merece la pena reseñar el caso de *Diario 16 Andalucía* que estuvo al servicio de la información andaluza en general, y sevillana en particular hasta el 7 de noviembre de 2001, y que durante años fue el único diario regional de la Comunidad Autónoma andaluza.

Perteneciente a Grupo 16 desde su fundación el 18 de octubre de 1976 hasta 1998, año en el que fue vendido al Grupo Voz, *Diario 16 Andalucía* se caracterizó por ser, junto a *El País*, uno de los primeros diarios aparecidos durante la

transición española y logró parte de su fama gracias a artículos de periodismo de investigación como el caso GAL y la defensa de las libertades civiles.

1998 fue un año especialmente duro para esta publicación, pionera en sacar un suplemento deportivo que se llamó *Campeones 16*, ya que a principios de año se puso a subasta pública, siendo adquirido, en una segunda subasta por el Grupo Voz, que en su relanzamiento, el 5 de mayo de 1998, apostó por reforzar la infografía y el color en sus páginas, el sumario pasó a abrir el periódico y, además, sus páginas identificaban la publicidad como tal.

El cambio más importante fue el refuerzo de una apuesta por la información de servicio que estructuró el periódico en dos grandes bloques, de un lado, el puramente informativo con nacional, internacional y deporte, del otro, un cuadernillo central dentro del periódico llamado SOS (Sociedad, Ocio, Servicios) que aglutinaba información de sociedad, cultura, ocio, servicio, cartelera, vida, medio ambiente y meteorología.

El 31 de octubre de 2001 Grupo Voz tuvo un importante descubrimiento económico que le llevó a poner en venta la cabecera de *Diario 16* al precio simbólico de una peseta. Pero el último posible comprador, un grupo valenciano dedicado a la prensa especializada, se retiró de la puja.

Entre sus muchos méritos, en la historia de *Diario 16*, vale la pena destacar que fue el primer periódico que publicó su edición todos los días de la semana, inclusive los lunes, fecha en que sólo salía la *Hoja del Lunes*, que editaban las Asociaciones de Prensa, y los diarios deportivos. Asimismo, fue el primer diario que publicó su precio en euros, el 5 de mayo de 1998, y meses antes de su desaparición se pensó en un relanzamiento del diario con un cambio de nombre incluido, pasando a llamarse *Público*. Dicho nombre es empleado ahora por el diario de esa misma nomenclatura, perteneciente a Mediapro, y que posee una delegación en Andalucía desde el año 1997.

Uno de los directores más relevantes de *Diario 16 Andalucía* fue Francisco Rossel, destituido el 15 de abril de 1996, y artífice de los nueve años más gloriosos y de mayores éxitos editoriales de la edición andaluza y sevillana. Tras su cese, presentaron, con carácter irrevocable su dimisión en el medio el subdirector del periódico, Ignacio Camacho, y el entonces redactor jefe, Ramón Ramos. De igual forma, Javier Caraballo, Javier Rubio y José Antonio Chacón, responsables de las áreas de Andalucía, Sevilla y Cultura, respectivamente, tomaron la misma decisión de dimitir de sus cargos.

Tras su paso por *Diario 16 Andalucía*, Francisco Rossel se embarcó en la aventura de fundar en 1996 *El Mundo de Andalucía*, del que en la actualidad es director y al que ha conseguido situar como una referencia esencial para una parte

importante de la sociedad andaluza que anhela formar parte de una alternativa social, cívica y cultural.

El 10 de enero de 1999, y consciente de la demanda suscitada entre sus lectores de un periodismo local y cercano, *El Mundo* saca un cuadernillo diario que, bajo el nombre de *El Mundo de Sevilla*, lleva una década informando puntualmente del devenir social, político, cultural y económico de la capital hispalense y que, siguiendo la estela del desaparecido *Diario 16 Andalucía*, está especializado en el periodismo de investigación.

El último cambio experimentado por *El Mundo de Andalucía*, y por ende, por *El Mundo de Sevilla*, es muy reciente, concretamente del 11 de enero de este año 2009, y lo ha hecho con la intención de ofrecer un periódico más potente gráficamente, más visual y fácil, pero sin restarle información.

Así pues, encontramos que las secciones de Andalucía y Sevilla introducen el color azul en la tipografía, al tiempo que varía la tradicional cabecera del cuadernillo hispalense para hacerse más ágil, apostando por grandes espacios en blanco y una letra más limpia y legible, gracias al empleo del tipo imperial, que mancha más que la usada anteriormente. De igual forma, ha aumentado en medio punto el cuerpo de la letra y el interlineado. Por su parte, los titulares se presentan con más cuerpo, más fuerza e impacto.

El Mundo de Sevilla ha sido el último diario hispalense en tener representación en Internet, ya que el resto de publicaciones diarias, al hilo de sus transformaciones tecnológicas, han ido lanzando sus ediciones *on-line*, ofreciendo a los sevillanos las ventajas directas de un periódico cibernético, tales como la posibilidad de obtener información audiovisual, actualización inmediata de las noticias, creando una relación directa entre periodista y lector, entre redacción y domicilio, garantizando la facilidad de archivo de la información y permitiendo la transnacionalidad.

2. La prensa gratuita

Con objeto de hacer la comunicación más cercana y satisfacer las necesidades de información de las poblaciones más numerosas de la provincia de Sevilla, ha surgido en la última década un gran número de publicaciones locales que vienen a cubrir la demanda informativa local. La denominada prensa gratuita de proximidad, o también conocida como los periódicos de los pueblos o los barrios, cumple una indiscutible labor social, dando cobertura a acontecimientos, muy importantes para muchos ciudadanos, que no encuentran cabida en el resto de medios convencionales.

Dentro de este apartado, merece la pena resaltar la labor que durante diez años lleva desarrollando el grupo *Andalumedia*, un conjunto de empresas dedicada al mundo de la comunicación que hace grandes productos de calidad con grandes datos de lectores y que da empleo a más de 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 *Andalumedia* posee 12 cabeceras de periódicos gratuitos locales, tales como *Carmona Información*, *Aljarafe Información* o *Marchena Información* que llevan más de 12 años dando cobertura informativa al acontecer noticioso de Sevilla y su provincia.

De forma paralela a los crecientes localismos de la prensa surge en Sevilla el formato periodístico *Fast-press* destinado a aquellos que tienen poco tiempo para leer y que, sin embargo, no renuncian a estar informados. De la mano de esta nueva forma de hacer periodismo van naciendo en nuestra ciudad periódicos gratuitos que suponen una nueva competencia para la prensa tradicional o de pago por alcanzar un mayor número de lectores y que, en muchos casos, ponen en juego la subsistencia de los medios.

Aunque es un fenómeno que se inició hace 30 años, el sector de la prensa gratuita ha crecido exponencialmente durante la última década. En todo este tiempo ha sufrido múltiples transformaciones: desde los primeros semanarios para estudiantes, pasando por las revistas de barrio y el nacimiento de los grandes diarios gratuitos hasta la especialización.

El diario *Metro* fue el primero en ver la luz en nuestra ciudad y rápidamente tuvo una excelente acogida, especialmente entre los jóvenes universitarios, que veían así cumplidas sus expectativas informativas de forma gratuita.

Avalada por la cadena de periódicos gratuitos más grande del mundo, a *Metro Sevilla* pronto le salió competencia en las calles de nuestra ciudad. Así, el diario *20 minutos* aparece en el año 2003 dentro del panorama mediático sevillano y pronto logra hacerse un hueco gracias a un concepto de periodismo general que sabe conjugar una información local de actualidad y calidad, hasta el punto de convertirse en el periódico más leído superando, incluso, al diario *Marca*.

Con posterioridad, en 2005, y de la mano del *Grupo Vocento*, las calles de Sevilla se teñirían con el rojo del periódico *Qué!*, que ha logrado convertirse en el segundo diario gratuito más leído y llegar al 26% de la cuota del mercado publicitario.

El último en llegar a Sevilla fue el diario *ADN*. Publicado por *Editorial Página Cero*, sociedad participada por los grupos *Planeta* y *Joly*, se presentaba en nues-

tra ciudad como un diario de información general con noticias de última hora y una buena paleta de informaciones locales.

3. Los gabinetes de prensa

Comunicar se ha convertido pues en un modo de ser y de vivir, hasta el punto de que lo que no es comunicado no existe. Por este motivo, y puesto que empresas públicas y privadas no son entes aislados de esta realidad, deben integrarse en su entorno y estar en continuo contacto con los ciudadanos.

Dado este contexto, y a partir del desarrollo económico e informativo que supone para la ciudad de Sevilla el magno acontecimiento de la Exposición Universal de 1992, comienzan a proliferar en la capital hispalense numerosas empresas dedicadas a la comunicación integral, que se convierten en una herramienta indispensable dentro de cualquier organización para dar a conocer a la opinión pública todas las actividades que se desarrollan dentro de su seno, ya que poseen la función genérica de proyectar cohesión, de ofrecer sensación de que todo funciona y que cada uno cumple su función dentro de la organización y, en definitiva, de transmitir una buena imagen global de la misma.

En este ámbito, juega un papel muy importante el periodista-comunicador, es decir, la persona capaz de ser fuente activa, organizada y habitualmente estable de información que cubre las necesidades tanto externas como internas de aquellas organizaciones y/o personas de relieve que desean transmitir de sí mismas una imagen positiva a la sociedad influyendo de esta forma en la opinión pública.

Así, en el año 1993 surge *Euromedia Comunicación*, que por facturación se perfila como la primera consultora de comunicación de Andalucía y una de las diez primeras de España. Fundada por Francisco Rubiales Moreno, *Euromedia Comunicación* se encuentra integrada por varias empresas especializadas en áreas diversas como *Splendor Comunicación* especializada en Internet, servicios *on-line*, periodismo electrónico e intranet. *Key Market* es el departamento orientado al marketing institucional y empresarial; *Máxima Publicidad* el área encargada de las relaciones públicas, protocolo, actos y congresos, entre otras actividades; y, por último, encontramos *Intermedia*, la empresa matriz, orientada al área de la comunicación de empresas, negocios mixtos y nuevos productos.

En 1995 se crea *Ibersponsor, Consultores de Comunicación*, que incorpora, además, una división para organizar congresos y eventos denominada *Iber Congress*, así como una filial, *IP Publicidad*, encargada de confeccionar originales para publicaciones y la compra de medios y campañas de marketing directo.

Dentro de su división de comunicación, esta empresa sevillana, con presencia en Andalucía y Portugal, realiza, entre otros, planes de comunicación, auditorías, vaciado de prensa, revistas, catálogos, memorias, páginas webs, así como cederrones y productos multimedia. Los responsables de ambas divisiones son Gustavo de Medina y Álvarez y Agustín Muñiz Zaragüeta.

Desde que surgieran estas dos grandes empresas dedicadas a la comunicación integral, muchas otras entidades han ido naciendo en este periodo hasta llegar a ser una treintena las que en la actualidad operan en el ámbito de la comunicación en nuestra ciudad. Entre ellas, merece la pena reseñar por antigüedad y volumen de facturación a *Ceres Comunicación*, *Citigate Sanchís*, *DP Asociados*, *Mágnium Comunicación*, *MTO Gabinete* y *Suma y Sigue Comunicación*.

4. La Facultad de Comunicación

El año 1994 marca un punto de inflexión en la actividad periodística de nuestra ciudad, ya que asistimos a la graduación de la primera promoción de Periodistas de la Universidad de Sevilla, estudios que hasta ese momento los sevillanos habían tenido que cursar en Barcelona, Madrid, Navarra y Salamanca, fundamentalmente.

Desde hace dos décadas, miles de licenciados han salido de la hispalense con sus títulos de Comunicación bajo el brazo. Primero, en la antigua sede de Gonzalo Bilbao y luego, desde 2003, en la Isla de la Cartuja.

El nuevo edificio, situado sobre los terrenos que ocupó durante la Expo 92 el pabellón de Estados Unidos, cuenta con más de 3.500 estudiantes y 20.005 metros cuadrados distribuidos en cuatro plantas más un sótano que alberga el comedor universitario, garaje, área de instalaciones y sala de estudios.

Entre las novedades que incorpora este edificio merece destacar tres platós de televisión, un almacén de medios audiovisuales, ocho seminarios de 20 plazas y uno de 32 plazas, reprografía, un salón de grados y un salón de actos, así como salas de home cinema, de visionado, de duplicado e informática, y estudios de radio, edición y fotografía.

Desde su fundación, los profesores que han ostentado el cargo de decano son Jorge Urrutia, José Manuel López Arenas, José Manuel Gómez y Méndez, Carlos Colón Perales, Miguel Nieto Nuño y Francisco Sierra Caballero. En la memoria de todos los que nos formamos en la Facultad quedan los profesores que no están ya entre nosotros: José María de los Santos, José Manuel López Arenas, Rosario León Alonso, Alfonso Braojos Garrido, Diego Coronado Hijón y Manuel Carlos Fernández Sánchez.

5. La radio

Al igual que ocurre con la prensa, la aplicación de las nuevas tecnologías con objeto de ampliar el ámbito de actuación y ofrecer un mayor y mejor servicio informativo al público general también ha impregnado los modos de hacer de la radio sevillana, la cual ha experimentado en la última década una mejora de las técnicas redaccionales y un perfeccionamiento paulatino de la calidad del sonido.

Estas mejoras se materializan en la aplicación de la informática a todos los procesos productivos, desde el servicio de documentación hasta la edición, pasando por la comunicación a través de servicios *on-line*. Las redes digitales de sistemas integrados, el desarrollo de la telefonía móvil y la generalización del RDS (Radio Data System), una normalización que permite enviar datos inaudibles por la señal de una emisora que se ven reflejados en la pantalla del aparato de radio, cambia las posibilidades de selección y escucha de la radio, al tiempo que permite modificar radicalmente los diseños de programas.

La digitalización de las tareas de producción, emisión y recepción de la señal radiofónica, el uso de satélites y la aparición del DAB (Digital Audio Broadcasting) han cambiado los estándares de calidad sonora de las emisoras radiofónicas hispalenses, al tiempo que la informatización de las redacciones presenta ventajas tales como un acceso fácil y rápido a las fuentes de información externas, simplificación en el modo de elaborar las noticias, cálculo más rápido y fácil de los minutos de los textos, mejora de las tareas de supervisión que debe realizar el responsable de la edición, así como las de coordinación y montaje. Asimismo, introduce mejoras en el proceso de control central y de continuidad de emisiones en aras de una mejor explotación de todas las redacciones y corresponsalías, al tiempo que favorece el envío de textos y datos de última hora a la pantalla instalada en el locutorio para que puedan ser leídos directamente por el informador.

De igual forma, los avances de la telefonía móvil aumentan la calidad de la información en la medida que ésta sirve al público con más rapidez y desde el lugar en el que se produce, algo que también se consigue gracias a las nuevas unidades móviles que el propio redactor puede manejar.

Por último, la aplicación de la informática en las tareas de edición y producción posibilitan mejorar el almacenamiento y facilitar la localización de los documentos sonoros, de forma que permite almacenar cuñas en el disco duro, emplarlas en medio segundo y, mientras se emite, buscar la siguiente en la terminal o bien emitir dos documentos al mismo tiempo. De igual forma, garantiza la emisión automática de sintonías, ráfaga, indicativos, emisión de discos o efectos con calidad digital y absoluta precisión horaria.

Junto a la digitalización, otros fenómenos que se han podido observar en el panorama radiofónico desde 1993 han sido una consolidación de las emisoras ya existentes, la proliferación de emisoras, muchas de ellas de signo religioso, tal es el caso de *Radio Génesis*, *Radio Amistad*, *Onda San Pablo* o *Antena Médica*, así como un incremento del número de emisoras municipales, las cuales totalizan 40 en la provincia.

La suma de todas ellas hace que hablemos de un centenar de emisoras radiofónicas en la provincia sevillana desde 1993. Este aumento de la oferta ha provocado una fragmentación importante de la audiencia, ya que sólo cinco emisoras alcanzan al menos los 100.000 oyentes, dos de ellas de radio fórmula, *Dial Sevilla* y *Los 40 Principales Sevilla*, y tres de información general: *RNE1*, *Radio Sevilla* y *COPE Sevilla*. De hecho, la capital hispalense es de las pocas provincias españolas en las que el número de oyentes de la radio musical supera al de la radio informativa, cuando lo normal es lo contrario. Prueba de ello es el éxito de *Radio Olé*.

De igual forma, la radio de Sevilla se ha convertido en una excelente cantera de profesionales en el ámbito nacional, tal es el caso de Jesús Quintero, Carlos Herrera o M^a Esperanza Sánchez, entre otras muchas voces, al tiempo que ha sabido aprovechar las nuevas tecnologías para ofrecer productos especializados y una radio temática, como *Canal Flamenco Radio*, de *Canal Sur Radio*, la primera emisora de radio en Internet dedicada exclusivamente al cante flamenco, una oferta revolucionaria, innovadora y moderna que expande universalmente uno de los aspectos culturales más representativos de Andalucía.

Considerada como 'La voz de Andalucía', *Canal Sur Radio* que este 2009 cumple sus 20 años de emisión, ha experimentado desde 1993 numerosas transformaciones tecnológicas en aras de ofrecer el mejor producto informativo a todos sus oyentes. Así pues, la radio de Andalucía puso el 28 de febrero de 2001 un nuevo servicio de información, integrado en la web de la RTVA cuyo objetivo era mantener informados a los usuarios de Internet de toda la actualidad a andaluza.

Con anterioridad, el 17 de septiembre de 1998, puso en servicio *Radio Andalucía Información*, con el objetivo de ofrecer todo lo que pasa a todas horas, todos los días en todas partes. Esta emisora *Sólo Noticias de Andalucía* es la única que ofrece 24 horas de información ininterrumpida en la Comunidad Autónoma andaluza, al tiempo que renueva sus contenidos cada 15 minutos a lo largo del día.

En octubre de 2007, *Canal Sur Radio* estrenó un revolucionario sistema de digitalización que garantiza un desarrollo flexible de las emisiones desde la central en Sevilla y que hace más accesibles sus informaciones radiofónicas. El sistema

implantado, denominado Digasystem, funciona en tiempo real y garantiza el desarrollo de los trabajos de producción y emisión radiofónicos. Sus ventajas más destacadas son una adaptación a las características de una radio, como la de *Canal Sur*, con tres emisiones de contenidos y necesidades bien diferentes (*Canal Sur Radio*, *Canal Fiesta Radio* y *Radio Andalucía Información*) con centro en Sevilla y la capacidad para desarrollar trabajos independientes desde cualquier otra emisora de su red, así como una actualización en tiempo real de los contenidos dentro de los entornos de producción y emisión.

Digasystem se asienta sobre los dos entornos citados (la producción de los contenidos y su emisión), que resultan fundamentales en todo este entramado en el que, 34 estudios, 18 cabinas, 170 ordenadores y 17 servidores, están coordinados. Ambos entornos, conectados a través de una banda ancha de 200 MB, se actualizan en tiempo real, independientemente desde donde se opere. Así las cosas, un cambio de contenido en un ordenador obtiene una actualización instantánea (en tiempo real) en todo el sistema, lo cual representa una novedad absoluta en este tipo de estructuras tecnológicas.

El gestor denominado DBM controla toda la base de datos global de *Canal Sur Radio*, lo que incluye el almacenamiento digital completo del material en uso como discos, sonidos, noticias, publicidad y otros datos de las tres emisiones. Las funciones principales de esta base de datos son: creación y búsqueda de contenidos, consultas, envío de archivos de audio entre centros, recuperación de archivos de vídeo provenientes de *Canal Sur Televisión*, introducción de los contenidos en las denominadas 'listas' desde donde se procede posteriormente a la emisión, grabación de sonidos y edición a diferentes niveles (pre, postproducción...). El uso de todas estas funciones es muy sencillo e intuitivo, ya que las órdenes se ejecutan mayoritariamente mediante el simple arrastre de los ficheros.

Los usuarios finales del nuevo sistema son, por una parte, los redactores, presentadores, productores de programas y, por otra, los técnicos de sonido o realizadores. Gracias a la intercomunicación en tiempo real que facilita Digasystem, ambos profesionales pueden conocer los contenidos que se introducen en el sistema (cortes de sonido, textos, publicidad...) y sus posibles cambios posteriores (que cualquier componente del proceso puede observar), siempre visto desde la necesaria perspectiva del momento final, el de la emisión.

Idénticos avances tecnológicos ha experimentado *Radio Sevilla* que, perteneciente a Unión Radio, participada en un 80% por PRISA y en un 20% por el Grupo Godó, comienza su renovación años antes, ya que la cadena SER, pionera de la radio en España –fue la primera en emitir vía satélite en 1988 y en la digitalización de sus estudios en 1992– ha sido la primera en la realización de transmisiones con tecnología digital.

Con objeto de mejorar sus emisiones y servicios a los oyentes, *Radio Sevilla* ha dotado sus estudios con mezcladores digitales de última generación DHD RM 4200D y cabinas con mezcladores digitales Intellimix que simplifican los trabajos de edición para periodistas. Para las comunicaciones de audio de alta calidad se han instalado audiocodificadores, al tiempo que todas las áreas técnicas se conectan al control central mediante cableado de fibra óptica. Y para la gestión de recepción, distribución y conmutación de audio se ha instalado una matriz digital DHD con Software Matrix Control desarrollado específicamente para las necesidades operativas de la cadena *SER*.

En el último año la cadena ha estado trabajando en la potenciación de su radio en Internet con más programación propia y un servicio exclusivo por el que se puede sintonizar la programación local a través de la Red.

Situada en la calle Rafael González Abreu, también conocida como 'La calle de la radio', *Radio Sevilla* viene llenando de sonidos el aire andaluz y español desde 1924 y se ha consolidado como la opción radiofónica preferida por los sevillanos, tal y como confirma la última oleada del *EGM*, y su éxito se debe, sin lugar a dudas, a una apuesta total y absoluta por la información local.

Así pues, junto a la más completa y rigurosa información ofrecida a través de sus boletines informativos, *Radio Sevilla* emite programas de gran solera como son *Cruz de Guía*, dedicado a la actualidad cofrade de la capital hispalense y presentado por Paco García y José Manuel García; *La Cámara de los Balones*, la mejor tertulia deportiva en la que se analizan las jornadas vividas por Betis y Sevilla; *Ser Viajeros*, el programa regional que dirige y presenta José Vicente Dorado y que permite descubrir los rincones más bellos y recónditos de nuestra geografía, o *Surco y Marea*, el informativo regional sobre agricultura y pesca.

Por su parte, *COPE Sevilla* acometió en la temporada 93-94 la digitalización de sus estudios y señales de audio, lo que supuso un gran avance en la calidad de sonido, economía de tiempo y medios, así como en comodidad y facilidad de funcionamiento, al poder emitirse la publicidad, los programas pregrabados, las conexiones y las desconexiones de forma automática.

En la actualidad está dirigida por Joaquín López-Sáez Rodríguez-Piñero, quien vino a sustituir en 2004 a Andrés Luis Cañadas Machado, fundador y director de una escuela de radio en Sevilla y cabeza visible de la *COPE* en nuestra ciudad desde 1993. Entre los programas de éxito y reconocimiento social emitidos en estos años por *COPE Sevilla* hay que destacar *La rotonda*, dirigido por Manuel Salvador que dejó de difundirse en 1994, cuando tomó el testigo Pepe da Rosa con *La mañana en Sevilla*, un magacín que estuvo en antena hasta 2007. En el ámbito deportivo, hay que destacar *En Equipo*, dirigido por Rafael Almansa y que se emitió hasta el año 2000. Ya a partir de 2006 encontramos *El Desmarque*, una

tertulia deportiva dirigida por Fran Ronquillo, quien se encarga de ofrecer una visión diferente a lo convencional en el mundo de los deportes.

Durante estos años también merece la pena reseñar la consolidación de *Cadena 100* como radio fórmula musical y la aparición, en 2004, de un nuevo producto radiofónico de *COPE Sevilla*, como es *Rock and Gol*, que combina música rock con información deportiva. El último gran avance de *COPE Sevilla* ha sido el desdoble de la señal de las emisiones convencionales que hasta ahora sólo se ofrecía en onda media y que desde mediados de 2008 también se emite en la banda de FM.

Tras la Exposición Universal de 1992, aparece en la capital hispalense una nueva emisora radiofónica: *Onda Cero en Sevilla*, dirigida por José Manuel Fernández Fernández. Desde sus estudios centrales, situados en el que fuera el Pabellón de la ONCE en la Isla de la Cartuja, *Onda Cero Sevilla* ha dado cobertura mediática a todo el acontecer informativo de la ciudad hasta el 4 de junio de 2007, fecha en la que se traslada a la calle San Fernando, a unas instalaciones modernas y representativas con una superficie superior a los 700 metros cuadrados. Equipada con las últimas tecnologías digitales, los nuevos estudios de *Onda Cero Sevilla* albergan la dirección regional de la cadena en Andalucía, la dirección regional de *Atres Advertising*, la redacción y cinco estudios.

La cabeza visible de esta emisora hispalense es el periodista Carlos Herrera, que cada mañana de 6.30 a 12 horas, presenta y dirige *Herrera en la Onda*, un programa que analiza la actualidad informativa del momento y la conjuga con el debate político y el humor. Por su parte, Susana Valdés se encarga de poner voz a la información de actualidad.

La cadena había surgido de la fusión entre las frecuencias *Radio Amanecer*, adquirida por la ONCE en 1989, y las de *Cadena Rato*, que fueron compradas por la misma empresa en 1990. La cadena *Onda Cero* fue adquirida el 20 de enero de 1999 por el grupo *Antena 3* a la Corporación Empresarial ONCE.

También la Exposición Universal de 1992 trae nueva sede para *RTVE* en Andalucía, que dispondrá de un nuevo y amplio edificio aledaño al Parque del Alamillo, dotado de la última tecnología para ofrecer a Sevilla en particular, y toda Andalucía, en general, la mejor información del momento.

El último cambio en el centro territorial de *Radio Nacional de España en Andalucía* ha tenido lugar el pasado 1 de enero de 2009, fecha en la que se nombra directora a Alicia Bonachera Álvarez, la cual sustituye en el cargo al hasta ahora director regional, Rafael Rodríguez Guerrero, acogido a la prejubilación del ente público

Cuarta en audiencia en la provincia de Sevilla, según la última oleada del EGM, *Radio Nacional de España* acometió su renovación tecnológica en el centro emisor hispalense en el año 1993. Desde entonces, la señal digital que contiene dicha información se transmite con una velocidad de 1187.5 bit/s y modula una subportadora de 57 KHz, utilizando el método de modulación de amplitud con portadora suprimida, que se suma a la señal múltiplex estereofónica a la entrada del transmisor de frecuencia modulada.

Septiembre de 2005 marca un nuevo hito dentro del panorama radiofónico de nuestra ciudad, ya que comienza su emisión *Punto Radio*, la cadena de emisoras del *Grupo Vocento*, que desde sus estudios situados en el Estadio de la Cartuja y desde el 93.0 del dial de FM se ha convertido en un claro referente de la ciudad.

Junto a los boletines informativos, emitidos desde junio, la cadena apuesta por la información local con el programa *Protagonistas Sevilla* que, dirigido y presentado por Cristóbal Cervantes, es un programa diario de dos horas para los sevillanos y con los sevillanos. Un programa que sale a la calle, los pueblos y los barrios, y para ello cuenta con una plantilla de 23 colaboradores encargados de mostrar la realidad hispalense desde todos los puntos de vista. Asimismo, el programa, muy apegado a la actualidad diaria y en contacto permanente con los servicios informativos, se encarga de abrir los micrófonos a los oyentes dejándoles participar activamente y dándoles voz en el programa.

Los sábados, también en horario de 12 a 14 horas, *Punto Radio Sevilla* emite la edición especial de *Protagonistas Sevilla Fin de Semana*. Dirigido y presentado por Fernando García Haldón, es un magacín de entretenimiento que cuenta con un apartado para fenómenos paranormales, un consultorio sentimental, un horóscopo sevillano y una tertulia ciudadana, así como otros apartados como música y consejos para disfrutar del fin de semana en Sevilla.

Otra de las grandes apuestas de *Punto Radio Sevilla* es *El mirador del deporte* que, capitaneado por Ismael Medina, aborda el mundo del deporte sevillano prestando especial atención a los equipos de fútbol en competiciones europeas. Fresco, dinámico, con mucha información y opinión, este programa se vuelca con las retransmisiones deportivas de los partidos del Betis y del Sevilla, y para ello ofrece en directo el previo, el partido y el post-partido, al tiempo que cuenta con la información y el análisis de José María Calado.

Por su parte, Amalia Sánchez desde su programa *Punto y Seguido* da voz a gente que es noticia pero que no son titulares ni portadas. Gente que tiene mucho que contar, al tiempo que cada día de la semana pone el acento en diversos aspectos tales como el repaso del fin de semana, los lunes; la semana por delante, los martes; los miércoles diversos personajes recomiendan paseos

por la ciudad y los jueves se ofrece la oferta más completa de agenda cultural y planes de ocio.

La programación local de *Punto Radio Sevilla* se completa con los servicios informativos que arrancan con boletines a las 6.50, 7.20 y 8.20 horas para estar bien informados de todo lo que hay que saber de Sevilla, al tiempo que toda la actualidad de la mañana se resumirá en el informativo local más completo, emitido a las 14.15 horas.

Con el objetivo de conjugar el interés del público más cercano por saber lo que ocurre en su localidad e insertar a esos mismos oyentes en el contexto regional y nacional, existe a lo largo y ancho de la geografía sevillana un gran número de emisoras radiofónicas locales que persiguen ofrecer las claves de identidad de una región o comarca concreta.

Así pues, a principios de 2009 encontramos casi 40 emisoras locales encargadas de proporcionar información basada en la actualidad local y provincial, con especial atención hacia los asuntos que reflejan una imagen de la realidad andaluza. Estas emisoras son: *Ahora Radio, OLA Radio, COPE Sierra Norte, Onda Carmona, Onda Cero Lora del Río, Élite Radio, Onda Guillena Radio, Onda Viva FM, Onda Castilblanco, Onda Local de Andalucía, Punto Radio Utrera, Punto Radio Lebrija, Radio Aznalcóllar, Radio Cañada, Radio Futuro, Radio Guadalquivir, Radio Mairena, Radio Luz, Radio Marinaleda, Radio Marchena, Radio Écija, Radio Marisma, Radio Morón, Radio Osuna, Radio Camas, Radio Mairena, Radio SER Estepa, Radio Alcores, Radio Cantillana, Radio Cuervo, Radio Minera, Radio Montellano, Radio Utrera-La Voz de la Campiña, Radio Ronquillo, Radio Unión-TV Los Palacios y Radio 27*, entre otras.

La mayoría de estas emisoras radiofónicas locales forman parte de la red *Onda Local de Andalucía*, el vehículo de conexión de más de 80 puntos de nuestra comunidad autónoma a través del satélite.

6. La televisión

Cuando llega el año 1993 la televisión pública estatal llevaba ya varias décadas emitiendo a través de sus dos canales. El 28 de febrero de 1989 había comenzado a hacerlo *Canal Sur* mientras que las televisiones privadas lo hicieron al año siguiente. *Antena 3* comenzó el 25 de enero de 1990, *Telecinco* el 3 de marzo, y *Canal +* el 8 de junio. Es decir, que llevaban sólo tres años de emisión. El 7 de noviembre de 2005 *Cuatro* se incorporó al grupo de canales privados de televisión utilizando la frecuencia asignada a *Canal +* y el 27 de marzo del año siguiente lo hará *La Sexta*.

Por su parte, las emisiones vía satélite comenzaron el 14 de febrero de 1994 con el canal *Teledporte* de TVE. *Canal Satélite Digital*, del grupo *Sogecable* dirigido por Jesús de Polanco, empezó a emitir el 31 de enero de 1997 mientras que Telefónica puso en marcha su plataforma, *Vía Digital*, el 9 de setiembre del mismo año. Ambas plataformas se fusionaron el 21 de julio de 2003 constituyendo *Digital +*.

El 14 de junio de 2005 las Cortes Generales aprobaron la Ley 10/2005, de *Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo*.

Telefónica, aprovechando la nueva tecnología IPTV (Internet Protocol Televisión), a través de sus redes de ADSL y ADSL2+ puso en marcha una plataforma de televisión por cable, *Imagenio*, al tiempo que ofrecía servicios de voz e Internet.

Con este panorama que hemos presentado, el 28 de febrero de 1989, a las 19,30 h., *Canal Sur* comenzó las emisiones de televisión, como se ha mencionado en el capítulo anterior. Una televisión que había sido impulsada por el que fuera Presidente de la Junta José Rodríguez de la Borbolla, con una programación próxima al ciudadano andaluz y con la exigencia de vertebrar el territorio andaluz, más que competir con las cadenas estatales. Se ha desenvuelto, en palabras de Joaquín Durán, a caballo entre una cadena supralocal y una estación de televisión de proximidad. Su primer logotipo estaba inspirado en el sol de nuestra tierra. El periodo 1993-2009 ha sido el de la consolidación de la cadena y su desarrollo definitivo.

Para difundir la imagen de Andalucía, especialmente con miras turísticas, y con el fin de atender a las necesidades de los andaluces que han emigrado, en febrero de 1996 nace *Andalucía Televisión* que difunde la señal mediante transmisiones por satélite y a través de las operadoras de cable. El 15 de junio de 1998 nació *Canal Sur 2*, un canal más centrado en programas culturales y con el objetivo, al mismo tiempo, de atender a las audiencias juvenil e infantil.

El primer logotipo de *Canal Sur TV* fue un círculo en color amarillo, que rememora el sol de nuestra tierra, con una serie de líneas que lo cruzan. En febrero de 1997 se sustituyó por otro que muestra una C en color naranja, rodeada por 8 aspas (4 de color azul y las otras en color violeta) que representan a cada una de las provincias andaluzas.

En marzo de 1998 se crea la *Fundación Audiovisual de Andalucía (FAVA)* con la finalidad de fomentar el sector audiovisual andaluz. *Su principal propósito es el de promover el conocimiento, la potenciación y el desarrollo de la industria audiovisual a través de los instrumentos necesarios que, usados por las empresas*

y los profesionales del sector, permitan alcanzar unos mejores niveles de desarrollo y competitividad en el mercado global.

Con una programación variada que se centra en los informativos, los deportes, las transmisiones taurinas, el folklore de Andalucía, la Copla y las transmisiones realizadas de las principales ferias, romerías y Semana Santa, Canal Sur ha conseguido situarse como la primera opción televisiva de los andaluces y un claro referente de la identidad de nuestra tierra.

Por otro lado, a finales de la década de 1980 comienzan a aparecer las televisiones locales que se desarrollarán en la siguiente. Aunque muchas de ellas son de capital privado, la mayor parte pertenece a los ayuntamientos, quienes las tienen más como medio de propaganda. Las del sector privado, salvo algunas excepciones que comentamos más adelante, no pueden denominarse televisiones en sentido estricto ya que se limitan a ocupar una frecuencia de emisión por la que únicamente puede verse a videntes y concursos de toda índole durante el día, y películas porno a partir de las 12 de la noche. Por ello, renunciamos a escribir nada más acerca de ellas.

El 28 de diciembre de 1999 Jesús Polanco, Juan Luis Cebrián y Augusto Delkáder, decidieron crear una nueva televisión generalista de carácter local. Para ello crearon una empresa denominada *Promotora de Emisoras de Televisión S.A. (PRETESA)*, filial de *Promotora de Emisoras S.A.*, donde se gestionan las principales empresas de radio y televisión locales del grupo *PRISA*. La estrategia empresarial estaba basada en la participación accionarial en pequeñas empresas locales que ya existían y en el suministro de programas a otras asociadas al proyecto, según se desprende del folleto de la OPV de *PRISA*. En Andalucía se crearon sociedades en las provincias de Cádiz (*Albarizas Comunicación S.A.*), Málaga (*Málaga Altavisión S.A.*) y Sevilla (*Promociones Audiovisuales Sevillanas S.A.*).

Un montaje empresarial que entraba en contradicción con el artículo 7 de la ley 41/1995, de 22 de diciembre, donde se especifica: *las televisiones locales por ondas terrestres no podrán emitir o formar parte de una cadena de televisión. A estos efectos, se entenderá que forman parte de una cadena aquellas televisiones en las que exista unidad de decisión, considerándose que esta unidad de decisión existe, en todo caso, cuando uno o varios socios, mediante la agrupación de acciones, ejerzan la administración de dos o más sociedades gestoras del servicio, posean en éstas la mayoría de los derechos de voto, o tengan derecho a nombrar o destituir a la mayoría de los miembros de sus respectivos consejos de administración.*

Así, *Localía Tv*, comienza a emitir para el área metropolitana de Sevilla en enero de 2001, si bien la presentación oficial del canal se efectuó el 19 de abril del mismo año en Isla Mágica. Con una programación que va desde las 9 de la

mañana a las 3 de la madrugada, 4 horas son de producción local. La parrilla está compuesta por películas, teleseries, documentales, deportes y, después de la madrugada, programas eróticos. Durante Semana Santa, la Feria de Sevilla y la Cabalgata de Reyes Magos ha realizado transmisiones en directo desde los sitios donde tienen lugar los acontecimientos.

El 13 de noviembre de 2008 *PRETESA* anunció el cierre paulatino de las emisoras del grupo durante 2009 debido a la crisis económica y la caída de la publicidad. La emisora de Sevilla, al ser asociada, sigue emitiendo en la actualidad y tiene concedida licencia de TDT, como se puede ver más adelante.

Sevilla TV nace en marzo del año 2000 de la mano de Miguel Ángel de la Cueva, su primer director. Con una programación muy localista, intenta cubrir todos los aspectos concernientes al deporte, la actualidad taurina, económica, y social de Sevilla. Entre los periodistas que iniciaron aquella experiencia figuraban Antonio García Barbeito –que conducía el informativo de las 21,30 h.– y Rafael Almansa, que compatibilizaba sus labores de información deportiva con la *COPE*, y hoy pertenece a la plantilla de *CRN*. Uno de los programas de mayor éxito fue *Sevilla ayer y hoy* en el que se recreaban digitalmente edificios y monumentos hoy desaparecidos. Célebres también fueron sus transmisiones en directo desde el Real de la Feria, así como las de Semana Santa.

En el año 2003 *Vocento*, dentro de su plan por crear un grupo multimedia regional para lo que necesita poseer un canal de televisión que opere junto con los periódicos regionales y portales locales del grupo, adquiere *Sevilla Tv*. Un canal orientado al retorno económico rápido, en el que las franjas de mayor audiencia se destinan a programación de carácter local, especialmente informativos, y a la retransmisión de acontecimientos como la Feria, la Semana Santa o la romería del Rocío. Ese es el perfil actual de *Sevilla Tv*, en una época en transición hacia las nuevas emisiones basadas en la TDT, donde el grupo *Vocento* no ha obtenido licencia local alguna, pero sí una de carácter regional (*Avista Televisión de Andalucía*). De ello, cabe suponer que *Sevilla Tv* desaparecerá con el apagón analógico.

La creación de *Popular Televisión* fue idea del entonces Director Regional de *COPE*, Luis A. Cañadas, quien propuso al Director Técnico de la cadena utilizar un procedimiento similar al que otros canales habían seguido para emitir: situar la señal de emisión entre dos frecuencias oficiales. Así, comenzaron a emitir en pruebas en el otoño de 1999 desde el emisor de *COPE Sevilla*, situado en Castilleja de la Cuesta, y la señal se enviaba desde la azotea de los estudios, en calle Rioja.

Tras comprobar que no se producían interferencias en ningún otro canal, alquilaron una nave en el polígono industrial Carretera Amarilla que fue debidamente

acondicionada para estudios y oficinas. Al mismo tiempo acordaron con *Relevión* instalar el emisor en Valencina de la Concepción.

El siguiente paso fue determinar el nombre que iban a dar al canal de televisión. Entre los de *Vida Tv* y *Popular Tv*, la empresa eligió el segundo. Mientras, el logotipo era diseñado por una empresa sevillana. La constitución de la empresa se efectuó con capital propio de la cadena y del arzobispado de Sevilla al 50%. De esta manera, en la Semana Santa de 2001 comenzaron las emisiones regulares de *Popular Tv*, que ha tenido una más que aceptable acogida por parte de la audiencia de Sevilla y su área metropolitana.

Al tratarse de un canal de la Iglesia Católica, transmite todos los actos solemnes presididos por el Papa y, diariamente, la celebración de la misa. La programación está formada por documentales, películas clásicas de calidad, informativos, programas de debate, entrevistas, procesiones de Semana Santa y retransmisiones deportivas, especialmente de la liga LEB de Baloncesto. La mayor parte de los programas se emiten desde Madrid, y quedan sólo los informativos como emisiones locales propiamente dichas.

Una de las cadenas de televisión local que está adquiriendo más preponderancia en los últimos tiempos es *Canal Regional de Noticias (CRN)*. Nace en Ciudad Real en 2003 bajo la denominación de *Ciudad Real Noticias*. Elabora un plan de expansión y adquiere en Sevilla el centro de *Onda Giralda* que pasa a denominarse inicialmente *Giralda Televisión*, posteriormente *CRN Giralda* y, finalmente, *CRN*. En su corta andadura empresarial, ha abierto emisoras de televisión en las cinco provincias castellano-manchegas, Sevilla, Huelva, Cádiz, Jaén y Córdoba. Además, en Madrid están emitiendo merced a un acuerdo establecido con *Enrique Cerezo Producciones*. De esta manera, alcanza una cobertura potencial de más de trece millones de habitantes, un 28,9% de la población nacional. Su lema es *la información como referencia, la cercanía como horizonte y la vanguardia como imagen*.

Su formato televisivo se basa en el cine y la información, sin renunciar a otros temas como el deporte, las retransmisiones en directo de actividades de interés general, teleseries y debates en directo. Los informativos de presentan de manera ágil y dinámica, ofreciendo una completa información en el plano social, político, económico, cultural y deportivo. La información se completa mediante bandas dinámicas actualizadas en tiempo real, con la información más reciente, bolsa, deportes, el tiempo y las noticias nacionales más relevantes.

En la distribución de licencias de TDT de carácter local, ha obtenido 42 en toda Andalucía, de los que 7 corresponden a la provincia de Sevilla (puede verse más adelante), una por cada demarcación de la provincia, con excepción hecha de la de Utrera. Ello hace suponer que puede cumplirse el plan propuesto por la empresa de alcanzar el 50% de la población nacional en breve plazo de tiempo.

Como se ha podido apreciar, lo sucedido durante estos años supone una gran transformación de las costumbres televisivas de los españoles en general, y de los sevillanos en particular. Pero por si esto fuera poco, a partir de 2009 se va a producir un vuelco importante en la forma de emitir con la entrada en servicio de la TDT (Televisión Digital Terrestre). Es una nueva forma de transmisión de la señal de televisión a través de las ondas, codificada digitalmente. Una vez implantado el nuevo sistema, permitirá verse en los televisores una imagen más nítida, con calidad similar a las de los DVD, que permite ampliar enormemente el número de canales tanto de radio como de televisión (algunos serán de pago total o parcial), así como la interactividad con el operador, teletexto, guía electrónica de programas y sonido digital estéreo de alta calidad.

El 30 de noviembre de 2005 las televisiones nacionales y regionales ya implantadas, que emitían en analógico, comenzaron a emitir en digital su canal habitual, al igual que las concesiones que se efectuaron en ese momento (*VEO Tv* y *NET Tv*). De acuerdo con el proyecto gubernamental, las televisiones analógicas desaparecerán antes del 3 de abril de 2010. Es lo que se ha dado en llamar el *apagón analógico*.

No obstante, el 5 de mayo de 2000 comenzó a emitir en toda España *Quiero TV*, una plataforma de pago que utilizaba la TDT para transmitir la señal de diferentes canales de televisión. La experiencia coincidió con la pugna entre *Vía Digital* y *Canal Satélite Digital* por hacerse con el mercado y la aventura concluyó a finales del año 2001.

En las concesiones de la Junta de Andalucía para emitir por medio de la TDT en la provincia de Sevilla se han establecido 8 demarcaciones con 27 licencias locales (diciembre de 2008) a las empresas audiovisuales privadas que se citan:

– Demarcación Dos Hermanas:

Agrupación Radiofónica, S.A. (*Localia*).
UTE Dos Hermanas TVN y DVA.
Onda Giralda, S.A. (*CRN*).

– Demarcación Écija:

Estepa de Comunicaciones, S.L. (*Localia*).
Onda Giralda, S.A. (*CRN*).
G & M Difusión, S.C.A. (*Teleécija*).

– Demarcación Estepa:

Estepa de Comunicaciones, S.L. (*Localia*).
Onda Giralda S.A. (*CRN*).
Serv. de Telecom. Puente Genil, S.L.

– Demarcación Lebrija:

Onda Giralda, S.A. (*CRN*).
Alternativas de Medios Audiovisuales, S.A. (*Localmedia*).
Lebrija TV, S.R.L.

– Demarcación Lora del Río:

Onda Giralda, S.A. (*CRN*).
Comunicación e Imagen Consorciada, S.L.
Kiss TV Andalucía, S.A.

– Demarcación Morón de la Fra.:

Bética de Comunicación, S.L. (*Localia*).
Onda Giralda, S.A. (*CRN*).
Alternativas de Medios Audiovisuales, S.A. (*Localmedia*).

– Demarcación Utrera:

Bética de Comunicación, S.L. (*Localia*).
Utrerana de Vídeo y Televisión, S.L. (*Teleutrera*).
Telepalacios, S.L. (*Villafranca TV*).

– Demarcación Sevilla:

Onda Giralda, S.A. (*CRN*).
Uniprex TDT de Andalucía. (*Onda Cero*).
Alternativas de Medios Audiovisuales, S.A. (*Localmedia*).
Agrupación Radiofónica, S.A. (*Localia*).
Sevilla F.C. Medios de Comunicación, S.L.
Canal 47, S.L.U.

Además se ha concedido licencia para la explotación privada de canales de Televisión Digital Terrestre de ámbito autonómico con desconexiones provinciales a Avista Televisión de Andalucía (*Vocento*) y a Comunicación Radiofónica (*PRISA*). A todo ello hay que añadir los canales nacionales de TDT y los dos de Canal Sur, que están emitiendo en la actualidad.

7. El ciberperiodismo

Una de las manifestaciones que caracterizan esta etapa es la aparición del fenómeno del periodismo que utiliza Internet en lugar del tradicional soporte en papel. Da igual el nombre con que se le quiera denominar. Ciberperiodismo,

periodismo electrónico, periodismo digital, periodismo cibernético, periodismo multimedia, ciberperiódico, periódico *on-line*, etc., no son más que sinónimos que se utilizan para definir una forma de transmitir información de manera continuada a través de la Red.

Un fenómeno que tiene sus antecedentes en el envío electrónico de información, primero mediante lectura telefónica y, posteriormente, mediante fax. Los primeros periódicos editados en Internet fueron el *Chicago Tribune* (1992) y el *Mercury Center* (1993), ambos mediante suscripción de pago. En Europa, *Le Monde* fue el pionero (1994) mientras que en España fueron los diarios catalanes los que tomaron la iniciativa: *Avui* (1.4.1995), *El Periódico de Cataluña* y *La Vanguardia*. *Huelva Información* (1996) fue el primero que lanzó una edición en Internet en formato pdf. Sevilla habría de esperar hasta 1997 para ver publicado el primer periódico de Internet, el hoy desaparecido *Sevilla Información*.

Según José Álvarez Marcos, el año 1992 es el de la aparición de *la primera experiencia real de prensa cibernética desarrollada en Europa*, con la edición de *Diario Expo 92* durante la celebración de la Exposición Universal de Sevilla, del que se editaron un total de 179 números, en tres idiomas, y a los que únicamente se podía acceder en el recinto de la muestra mediante pantallas táctiles del Sistema de Información de Visitantes instalado por la compañía *IBM*. El periódico dejó de editarse el mismo día de la clausura de la exposición.

La evolución de las comunicaciones, muy lentas en aquellas fechas, los equipos informáticos con muy escasas prestaciones –especialmente en lo que a capacidad y velocidad se refiere– y el coste de las líneas telefónicas, hacen que haya que esperar hasta 1996 en que nace en Sevilla uno de los más importantes proveedores de acceso a Internet en el ámbito nacional, *Arrakis Servicios y Comunicaciones*. Dos años después de su creación se convertirá en líder en la conexión de usuarios con 50.000 abonados, una facturación de mil millones de pesetas y un total de 80 empleados a su cargo. Los responsables del éxito son los hermanos Luis y Germán Torrado, junto a Juan Ignacio Rodríguez. En 1997 apoyó la creación del *IRC-Hispano*, la red de *chat* más importante de España. Ese mismo año rompe el mercado del acceso a Internet con una considerable reducción de precios en sus servicios, al mismo tiempo que se convierte en el primer proveedor que dispone de 34 MB con *Infovía*.

En 1998 *Arrakis* inaugura sus comunicaciones de Internet vía satélite y se convierte en el proveedor de referencia en el mercado español. En febrero de ese mismo año arranca *Music Arrakis*, una nueva opción empresarial que ponía al servicio de los usuarios 10.000 discos disponibles a través de su sistema de venta.

Tras meses de negociaciones, *British Telecom* (BT), uno de los operadores de transmisión de datos más importantes en España, adquiere la empresa el 4 de febrero de 1999 por una cantidad cercana a los dos mil millones de pesetas. Esto supuso para *Telefónica* la pérdida del 15 por ciento del tráfico de los internautas españoles, ya que hasta esa fecha la compañía sevillana daba a sus 65.000 clientes el acceso a la Red a través de *Infovía Plus*, de *Telefónica*.

El cable también ha sido crucial para llevar a los hogares servicios avanzados de televisión, teléfono e Internet. A finales de 1999 y principios de 2000 las redes de banda ancha empezaron su andadura en España y, por supuesto, en Andalucía. En ese arranque se puso por delante desde el principio el cable, mientras que *Telefónica* instalaba lentamente su *ADSL*. Aunque es cierto que esas cifras cambiarán rápidamente, ya que en mayo de 2002 los clientes de *ADSL* duplicaron a los del cable. En Andalucía, son Málaga y Sevilla las provincias con más líneas de *ADSL*.

El primer grupo de cable creado en Andalucía fue *Supercable*, liderado por *Endesa* –con *Sevillana de Electricidad* en el caso de nuestra Comunidad Autónoma– y *Unión Fenosa*. Además, contaba con presencia internacional (*Telecom Italia*) y todos eran accionistas, a su vez, de *Retevisión*. Se hizo con las demarcaciones de Almería, Andalucía I (provincias de Almería, Granada y Jaén), Andalucía II (provincias de Córdoba y Málaga) y Andalucía III (Sevilla y provincia).

Desde el 1 de mayo de 2002, *Supercable* y las otras cuatro empresas de cable del *Grupo Auna*, unificaron su oferta comercial bajo la marca *Aunacable*, que se constituyó en junio de 2001 con el fin de integrar a las empresas de cable del *Grupo* en un holding operativo que les permitiese compartir recursos y adquirir volumen para aumentar su presencia en el mercado. Posteriormente, *Auna* sería absorbida por *ONO* (2005).

Resueltos los problemas de velocidad en las comunicaciones y con la fuerte evolución tecnológica de la informática en todos sus aspectos, la Asociación de la Prensa de Sevilla comienza a publicar a finales de 1999 el diario electrónico *La Hoja de Sevilla*, que toma su nombre de la antigua *Hoja del Lunes*. El periódico electrónico, con los colores insignia de la capital andaluza, albero y grana, ofrecía un repaso a las noticias más destacadas de la ciudad, recogidas en los diarios locales.

De esta manera se produce la transformación del periodista tradicional en ciberperiodista. Un nuevo periodista que debe volcar sus informaciones en un medio electrónico que no tiene páginas numeradas y que carece de las tradicionales columnas periodísticas de la prensa impresa; que posee una estructura menos jerarquizada, con mayor uso del color y limitaciones tipográficas; y, lo que es más importante, utiliza el hipertexto para vincular informaciones y

puede insertar informaciones gráficas similares a las de la televisión, con sonido y todo. Y un nuevo periodismo que se lleva a cabo en un número único, ya que se actualiza permanentemente en función de los acontecimientos, por lo que es de actualidad continuada y que permite al lector la interactividad mediante la personalización del medio y la inserción de comentarios, además de ser gratis.

Así, en marzo del año 2000 la mitad de la prensa en español cuenta ya con ediciones digitales y los medios de comunicación andaluces también apuestan por crear versiones en Internet. Sin embargo, la información en Internet no es exclusiva de las versiones digitales de los medios tradicionales, por lo que en ese periodo saltan a la Red algunas cabeceras que no proceden de soportes impresos, especialmente revistas culturales y especializadas. Además, portales y empresas compiten con los periódicos digitales al incluir noticias en sus páginas web. Sin olvidar las radios y televisiones andaluzas, muchas de las cuales pueden seguirse en la Red.

Por esa misma fecha surgen dos nuevos canales en Internet: *Andalucia24horas* y *Canal21*. *Andalucia24horas* se convierte en el primer periódico andaluz exclusivamente electrónico. Al igual que sucede en la actualidad, *Andalucia24horas* contaba con las secciones clásicas de un periódico impreso (política, sociedad, economía, cultura, opinión...), añadiendo las noticias de agencias y las de elaboración propia, que son las que la empresa ha potenciado en los últimos años. La información se actualizaba diariamente y permitía la consulta de algunas noticias a través de vídeos, cedidos por *Canal Sur Televisión*. Asimismo, el periódico dispone de otros servicios, como ediciones diferentes para cada provincia, la consulta de una hemeroteca, un listado de enlaces con otros medios de comunicación, organismos y boletines oficiales, e información sobre empresas andaluzas. Por su parte, *Canal21* vio la luz el 23 de noviembre de 1999, con contenidos locales y regionales en la dirección www.canal21.com.

Como ejemplo de medio especializado, el periodista sevillano Francisco Gallardo Uribe, junto con el webmaster Felipe Sevilla Garnica, creó en 1996 el *Portal Taurino* (www.portaltaurino.com) que ofrece la mejor información sobre el tema de toda la Red. "Un auténtico tesoro de documentación especializada", según el diario *El País*, que no se limita sólo a la información de actualidad por lo que su base de datos sobre toreros, ganaderías, festejos, normativa, fotografías, historia, etc., es de consulta obligada por los aficionados a la fiesta nacional española. A lo largo de su andadura ha recibido el premio Vicente Zabala de Periodismo Taurino (1997). Durante 2008 ha tenido más de treinta y cinco millones de páginas visitadas, lo que supone una media de 95.700 páginas vistas diariamente.

Meses antes, los internautas andaluces podían tener acceso a la web *Pressnet*, que contenía más de 1.500 enlaces a sitios relacionados con el periodismo. Esta web totalmente andaluza, creada por el periodista sevillano –formado en la Facultad de CC. de la Información de la Hispalense– Rafael Ángel Fernández Gutiérrez y actualizada de forma mensual, estaba alojada en la revista digital *Sevilla Cultural* (www.sevillacultural.com/pressnet).

En el año 2002 *Pressnet* cambia de hospedaje y de URL (www.pressnetweb.com), aunque no de estrategia: reunir una selección mundial de recursos presentes en Internet para profesionales y estudiantes de periodismo. Para ello, cuenta con un buscador periodístico; la sección *Alertas*, donde se recogen denuncias sobre presiones y amenazas a periodistas; artículos temáticos; un directorio mundial de medios de comunicación; un directorio de asociaciones, organizaciones y fundaciones profesionales, así como una bolsa de empleo, entre otros. La web, escrita en español aunque puede ser traducida al inglés con un simple clic, ha obtenido el premio *NetMedia European Online Journalism Awards* en la categoría *Best Investigative Reporting*, en la que competía entre otros con la *BBC Radio & Television*.

Otro periódico cibernético, editado en Andalucía, es *Cibersur*, cuya versión digital aparece en septiembre de 2000. En la web (www.cibersur.com) se recoge multitud de noticias relacionadas con el mundo de la comunicación en su sentido más amplio, desde empresas proveedoras de equipos informáticos hasta medios de comunicación digitales. Anualmente convoca los premios que llevan el nombre de la web, destinados a galardonar las mejores webs andaluzas.

2001 también resultaría fructífero para la comunicación andaluza. Ese año aparece el boletín electrónico *Andaluciacomunicacion.com*, editado por la empresa de comunicación *Delgado, Pombo & Asociados*, con sede social en Sevilla. El boletín se distribuía todos los viernes por correo electrónico a los suscriptores en formato pdf. La publicación ofrece toda la actualidad relacionada con la Sociedad de la Información en Andalucía (medios de comunicación, Internet, nuevas tecnologías, publicidad, proveedores de cable, sector de las telecomunicaciones, etc.), así como un listado de convocatorias y noticias breves relacionadas con la comunicación.

El 1 de julio de 2003, el periodista sevillano Pedro Ybarra Bores puso en marcha su web *Sevillaclick.com* que, con el paso del tiempo, se ha convertido en un medio de comunicación digital, referente de la actualidad de Sevilla en Internet. Buena prueba de ello son los casi 41 millones de visitas que ha tenido hasta el 1 de octubre del año 2007.

Actualmente los principales diarios andaluces cuentan con una página web, manteniendo en algunos casos la identidad corporativa propia del grupo de

comunicación al que pertenecen, como es el caso de las cabeceras del *Grupo Joly* con la web www.diariodesevilla.es o El Correo de Andalucía (www.elcorreodeandalucia.com) en cuyo sitio pueden descargarse los suplementos *Más Pasión* y *De Marcha*, en formato pdf. *ABC* de Sevilla tiene, igualmente, su web independiente de la edición nacional (www.abcdesevilla.es). El diario *Estadio Deportivo*, primer y único diario deportivo andaluz, informa en su web www.estadiodeportivo.com de manera preferente sobre fútbol, si bien tiene todavía su sitio en construcción.

Junto a ellos, los principales periódicos impresos gratuitos han ido ofreciendo sus servicios en Internet, bien mediante páginas dedicadas a la información específica de una ciudad, bien mediante acceso a toda la información del medio. Así, *20 Minutos*, *Qué!*, *ADN* (que en el momento de redactar estas líneas ha cerrado su página) y *Metro* comparten información impresa con la web. Y los nuevos gratuitos de difusión local o comarcal comienzan también a transmitir información en los dos soportes citados. Es el caso de *Aula Magna*, periódico universitario que tiene el sitio www.aulamagna.net. *El Giraldilillo*, boletín informativo sevillano de carácter mensual tiene su página www.elgiraldilillo.es. *Fila Siete* revista gratuita especializada en cine, fundada en 1998, pone a disposición de los cibernautas toda su información en www.filasiete.com. Incluso medios que han desaparecido tuvieron en su día una versión digital, como www.diariodeandalucia.com o www.sevillainformacion.com (comienzos de 1997).

Una de las aventuras ciberperiodísticas más significativas de los últimos años ha sido el lanzamiento, en mayo de 2007, del portal informativo www.degua-daira.com. Creado por alumnos de Periodismo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, y dirigido por Christopher Rivas, es un proyecto incentivado por la Consejería de Innovación, Ciencia y Tecnología de la Junta de Andalucía que no se ha limitado a difundir información local sobre Alcalá de Guadaíra, sino que ha abarcado toda la provincia de Sevilla. En diciembre de 2008 obtuvo el premio *Cybersur* "Periodista Antonio de la Torre" como mejor web de Andalucía "por su aportación a los contenidos webs rurales de muchos pueblos sevillanos, convirtiéndose en un referente informativo local de la provincia sevillana". Una redacción formada por una quincena de jóvenes periodistas, aún en formación, ha conseguido en poco tiempo una audiencia de más de millón y medio de páginas vistas y 24.000 lectores habituales, lo que la han convertido en una de las primeras webs informativas de Andalucía.

Consecuencia del éxito alcanzado, ha sido el lanzamiento de un nuevo sitio informativo, www.sevillaactualidad.com, desde el 2 de enero de 2009. De esta manera, la página matriz queda como web corporativa del grupo y de información exclusiva sobre Alcalá de Guadaíra y localidades aledañas, mientras que la nueva oferta se dedica a informar sobre toda la provincia de Sevilla.

Sevillaactualidad.com incorpora también tres canales de video bajo el nombre de *Actualidad TV* que recopilan la información multimedia de carácter diario, científico y cultural que acontezca en su ámbito de acción.

El interés por este tipo de periodismo propició la creación, en el verano de 2003, de la *Asociación de Periodistas Digitales de Andalucía*. En noviembre de ese mismo año se presentó su web (www.apda.info).

Las nuevas tecnologías también han cautivado a periodistas andaluces, que han optado por crear su propia web. Un ejemplo de ello es la dirección del columnista Antonio Burgos, www.antoniburgos.com, que recibió de *Cibersur* el premio a la mejor web andaluza en 2002. También se dan iniciativas como las del periodista Federico Vaz, que en 2003 creó un portal dedicado al cine de ciencia-ficción (www.espacioexterior.net). Antonio Manfredi tiene desde comienzos del año 2008 su bitácora Tecnología y otros Pensamientos, dedicada a tecnología, política y sociedad, www.antonio Manfredi.com.

8. La Asociación de la Prensa de Sevilla

El periodo que va desde 1993 hasta 2009 ha sido, como hemos expuesto anteriormente, de grandes –enormes diríamos– transformaciones que, en mayor medida, han girado en torno a las nuevas tecnologías. Se ha pasado del redactor al periodista multimedia. Todos los medios han cambiado radicalmente la forma de elaborar las noticias y de comunicarlas. Internet ha sido el gran revulsivo que ha producido la gran explosión mediática que marca la transición del siglo XX al XXI. Vivimos, pues, un periodo de cambio en la profesión periodística en el que la veracidad debe ser la principal bandera de la profesión, por encima de intereses empresariales y de cualquier otra índole. Los periodistas han de ser trabajadores en permanente servicio a la sociedad como los médicos, los policías o los bomberos y como tales debe comportarse. Para ello, cuentan con una institución, la Asociación de la Prensa, que es la garante de que se alcancen esos fines. A lo largo de estos 17 años la dirección de la Asociación ha recaído en diferentes profesionales de gran prestigio más allá de los límites geográficos de nuestra provincia. La lista cronológica que reproducimos a continuación es un buen ejemplo de ello.

Según se desprende de la relación de periodistas de la Asociación de la Prensa que ha ocupado puestos de responsabilidad en la misma, la procedencia de sus miembros es bastante variada. Ya no es exclusiva de los “plumillas”, como eran denominados los redactores en los viejos tiempos, sino que en la nómina aparecen fotógrafos, ciberperiodistas, personas que desempeñan su labor en gabinetes de comunicación en general, cámaras de televisión, periodistas radiofónicos, redactores, etc.

Desde el año 1998 posee su propia página www.asociacionprensa.org, donde ofrece información sobre la Asociación, noticias, recursos y programa de actividades, así como un hipervínculo a la Agenda de la Comunicación de la Junta de Andalucía. Igualmente tiene a disposición del público en general el blog asociaciondelaprensadesevilla.blogspot.com. No obstante, se echa de menos la recuperación de aquel diario digital, la *Hoja de Sevilla* de 1999.

Puede decirse que la Asociación ha ido adaptándose a los nuevos tiempos casi sin que nadie se dé cuenta de ello, de manera discreta, pero siempre con la intención de defender a los periodistas y, por ende, al periodismo.

1992 – 01.03.1996

Presidente: Santiago Sánchez Traver.

Vicepresidente: Ángel Fernández Millán.

Secretario General: Antonio Silva de Pablos.

Tesorero: Bartolomé Cabello Duwinson.

Entre 1990 y 1997 la Asociación ostentó la Vicepresidencia 1ª de la *Federación de Asociaciones de la Prensa de España* (FAPE).

01/03/1996 - 19/05/2000

Presidencia: Santiago Sánchez Traver.

El 14 de febrero de 1997 Patricio Gutiérrez del Álamo asume la presidencia de la Asociación tras la dimisión de Santiago Sánchez Traver por asuntos personales.

Vicepresidencia: Patricio Gutiérrez del Álamo.

Secretaría General: Benito Caetano Guerrero López.

Tesorería: Bartolomé Cabello Duwison.

Secretarios de Área: Carlos Bernal Merino, Dolores Borrego Ramos, Francisco Gil Chaparro, Manuel Gallardo Escudero, Nuria Durán Baeza.

Suplentes: Mª Ángeles Benítez Rodríguez, Juan Belmonte Luque, Rafael Debén Ariznavareta.

19/05/2000 - 10/10/2000

Presidencia: Patricio Gutiérrez del Álamo.

Vicepresidencia 1ª y Secretaría General: Benito Caetano Guerrero López.

Vicepresidencia 2ª y Tesorería: Bartolomé Cabello Duwison.

Secretarios de Área: Rosa Fernández Díaz, Juan Teba de Montes, Antonio Manfredi Díaz, Alejandro Antona Illanes, Nicolás de Jesús Salas, Manuel Rodríguez López, Martín Rísquez Aguayo, Manuel Gallardo Escudero.

Suplentes: Eva Leal Gil, José Luis Piedra Priego.

Esta Junta Directiva sólo permanece cinco meses ocupando sus cargos ya que el presidente, Patricio Gutiérrez del Álamo, es trasladado a Málaga por motivos laborales. Accede a la presidencia el Vicepresidente 1ª y Secretaría General, Benito Caetano Guerrero López, que convoca elecciones en octubre de 2000, y está en funciones hasta enero de 2001.

18/01/2001 - 15/03/2005

Presidencia: Santiago Sánchez Traver.

Vicepresidencia 1ª: Antonio López Hidalgo.

Vicepresidencia 2ª: Manuel Capelo Hernández.

Secretaría General: Francisco Gil Chaparro.

Tesorería: Guillermo Polo Hervás.

Secretarios de Área: Manuel Ladrón de Guevara Moreno, Miguel Ángel del Hoyo Pérez, Francisco Gallardo Uribe, Milagros Jurado Márquez, Javier Franco González.

15/03/2005 - 22/12/2005

Presidencia: Santiago Sánchez Traver.

Vicepresidencia: José Álvarez Marcos.

Secretaría General: Juan Teruel Salmerón.

Tesorería: Bartolomé Cabello Duwison.

Secretarios de Área: Francisco Gallardo Uribe, Manuel Gordo Bono, Milagros Jurado Márquez, Justo Emilio González Mormeneo, Francisco Gallardo Gálvez.

Suplentes: Basilia Jurado Rodas, Carlos Taboada Valdés, Purificación Caraballo Vera.

Santiago Sánchez Traver dimite el 22 de diciembre de 2005 por motivos personales y asume la presidencia en funciones José Álvarez Marcos, hasta el 21 de enero de 2006, fecha en la que la Asamblea General de socios aprueba unánimemente constituir una Junta Gestora con el cometido de reformar los Estatutos y el Reglamento de Elecciones y convocar elecciones.

21/01/2006 - 16/12/2006

Presidencia: Mar Arteaga, Juan Teruel.

Secretarios Generales: Francisco Gallardo Gálvez, Santiago Roldán.

Tesoreros: Bartolomé Cabello, Antonio López Hidalgo.

Vocales: Miguel Ángel del Hoyo, Purificación Caraballo .

16/12/2006 hasta la actualidad

Presidencia: Ana María Carvajal Llorens.

Vicepresidencia 1ª: Juan Teba de Montes.

Vicepresidencia 2ª: José Luis Bustamante León.

Vicepresidencia 3ª: Pilar Suriñach Muñoz.

Secretario General: Francisco Javier Gallardo Gálvez.

Tesorero: Manuel de Jesús Gordo Bono.

Secretarios de Área: Justo Emilio González Mormeneo, María del Mar Correa García, María del Mar Ramírez Alvarado, María José Guerrero Cabello, Manuel Ruesga Bono, Carlos Ortega Barragán, Jaime Migallón Mejías, Pilar Mena Fernández.

Suplentes: Eva María Leal Gil, Juan José Baena Zaa, José Álvarez Marcos.

En mayo de 2007 Francisco J. Gallardo dimite de la Secretaría General por motivos personales y es sustituido en el cargo por Pilar Suriñach el 23 de junio de ese mismo año con el voto unánime de los asistentes a la Asamblea General.

Justo E. González Mormeneo presenta su dimisión por incompatibilidad laboral en marzo de 2008 y ocupa la Secretaría de Área, la primera suplente, Eva Leal.

BIBLIOGRAFÍA

ALONSO GONZÁLEZ, M^a DE LOS ÁNGELES (2006): *UN ACERCAMIENTO A ABC DE SEVILLA Y SU 'PROYECTO 2000'*. TESIS DOCTORAL INÉDITA, UNIV. DE SEVILLA.

ÁLVAREZ MARCOS, JOSÉ (1999): *TECNOLOGÍAS PARA LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA*. MAD. SEVILLA.

BADILLO, ÁNGEL; FUERTES, MARTA (EDITORES) (2004): *LA TELEVISIÓN LOCAL EN EL SIGLO XXI*. TELEVISIÓN CASTILLA Y LEÓN, SALAMANCA.

CHAPARRO ESCUDERO, MANUEL (2000): *RADIO PÚBLICA LOCAL*. FRAGUA EDITORIAL, 1998.

CHECA GODOY, ANTONIO (2000): *LA RADIO EN SEVILLA (1924-2000)*. AYUNTAMIENTO DE SEVILLA.

DÍAZ, LORENZO (1997): *LA RADIO EN ESPAÑA 1923-1997*. ALIANZA EDITORIAL.

DÍAZ NOSTY, BERNARDO (2002): *LOS MEDIOS Y LA MODERNIZACIÓN DE ANDALUCÍA*. TIEMPO, MADRID.

FONTCUBERTA, M^a DEL MAR (1997): *LA IDENTIDAD REGIONAL DE LOS MEDIOS*. CUADERNOS DE INFORMACIÓN, N^o 12. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE.

LÓPEZ CANTOS, FRANCISCO (1995): *LA SITUACIÓN DE LA TELEVISIÓN LOCAL EN ESPAÑA*. UNIV. JAIME I, ZARAGOZA.

MORENO NAVARRO, JOSÉ ANTONIO (1999): *LA TELEVISIÓN LOCAL. ANDALUCÍA: LA NUEVA COMUNICACIÓN*. FRAGUA, MADRID.

PARRA VALCÁRCE, DAVID; ÁLVAREZ MARCOS, JOSÉ (2004): *CIBERPERIODISMO*. SINTESIS, MADRID.

SALAVERRÍA, RAMÓN (2005): *REDACCIÓN PERIODÍSTICA EN INTERNET*. EUNSA, PAMPLONA.