
Capítulo 7

El Periodismo en la cercanía a través de lo local *

Santiago Sánchez Traver **
Hada M. Sánchez Gonzales **

La segunda sesión del segundo día del Encuentro consistió en un Panel que tuvo el título de este capítulo. Santiago Sánchez Traver Fue el ponente: periodista y profesor, ex director de *Canal Sur TV*, ex delegado territorial de *RTVE* en Andalucía, quien fue presidente de la Asociación de Prensa de Sevilla en distintos periodos y asimismo presidente de la Federación de Asociaciones de la Prensa de Andalucía (en sus inicios denominada Coordinadora) y vicepresidente de las Asociaciones de la Prensa de España (FAPE); actualmente director de *Eritis Comunicación*. Hada M. Sánchez Gonzales intervino como moderadora/relatora: periodista, profesora de Periodismo en la Facultad de Comunicación. Seguidamente se ofrece cuanto expresaron...

Hada M. Sánchez Gonzales: La actividad periodística se encuentra relacionada con la narración y descripción de los hechos de actualidad. Se trata de la labor dirigida a “*amplificar las comunicaciones entre los hombres mediante un conocimiento cada vez más acabado de la realidad, de los hechos y de las opiniones públicas ante los hechos*”¹.

De acuerdo a lo expresado en el párrafo anterior, podemos decir que la acción del hecho es la que da origen al Periodismo en su forma incipiente, hasta

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

** El nombre del interviniente-invitado está inicialmente y la moderadora ubicada a continuación. Véase el texto introductorio del presente Capítulo donde se indica el puesto profesional o cometido que desempeña cada uno de los autores.

¹ MARTÍNEZ DE SOUSA, José: *Diccionario de la Información, Comunicación y Periodismo*. Paraninfo, Madrid, 1981.

que logra constituirse en una disciplina científica dentro de la sociedad. Desde sus inicios, se ha centrado en el servicio de las informaciones teniendo en cuenta el “*perfeccionamiento del arte mecánico*”² y con libertad de pensamiento hasta llegar a su estado actual.

En el antiguo Periodismo del siglo XVII y XVIII y comienzos del siglo XIX no era significativo conocer los hechos de forma inmediata, sino que era más importante conocer bien la información sin premura alguna. No existía el problema de la selección y valoración de las noticias porque con dificultad se cubría de información las páginas de los periódicos. Al respecto, Casasús³ alude a tres procesos que marcan la evolución del periodismo: el primero se registra a mediados del siglo XVIII con el desarrollo del periodismo de las ideas, más tarde a mediados del siglo XIX se da el segundo proceso con la evolución de la disciplina bajo la hegemonía anglosajona, y el tercero y último, se establece en el siglo XX, época donde EE.UU. y Europa formulan nuevos cambios en esta disciplina.

En consecuencia, desde tiempos ancestrales hasta nuestros días, el Periodismo ha venido sufriendo diferentes transformaciones debido a los intereses científicos relacionados con el contenido, la técnica y con el receptor. Como bien lo estima Gómez y Méndez, el Periodismo “*toma cuerpo como profesión desde que inicia el siglo XX, a lo largo del cual se desarrolla sus vertientes radiofónicas y televisiva con el desarrollo de ambos medios, dejando de ser exclusivamente impreso. Y desde diferentes parcelas se le va dando el rango de Ciencia a través de su estudio cuantitativo y metodológico, así como el encauzamiento hacia su formación reglada. Concretamente en el Estado español, en la década de los años veinte, nació la conocida Escuela de El Debate; en los cuarenta, la Escuela Oficial de Periodismo; en los setenta, las Facultades de Ciencias de la Información con su título de licenciado en Sección de Periodismo, y en las mismas, ya en los noventa, deja de existir la indicada Sección para surgir la Licenciatura de Periodismo así como en la Universidad donde esté ubicada el de Doctor de Periodismo*”⁴.

² El recorrido del Periodismo actual se inició con la carta y la circular. Véase en GONZÁLEZ BLANCO, Edmundo: *Historia del Periodismo: desde sus comienzos hasta nuestra época*. Biblioteca Nueva, Madrid, 1919, págs. 240-242.

³ CASASÚS, Josep María y NUÑEZ LADEVÉZE, Luis: *Estilo y géneros periodísticos*. Ariel, Barcelona, 1991, págs. 16 y 18.

⁴ GÓMEZ Y MÉNDEZ, José Manuel: “Razones vertebrales de la creación de la Academia de Periodismo en Sevilla”, en AA. VV.: *Estructura tecnológica y tramitación de la información. Homenaje al profesor Pedro Orive Riva*. Tomo II. Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2002, pág. 584.

El Periodismo trata de dar a conocer un hecho novedoso, ágil y dinámico que requiere de una aplicación metodológica, labor que reconocemos con Valbuena: *“Primero, los casos excepcionales encontrados en el trabajo son numerosos. Los valores de las noticias acentúan lo excepcional. Segundo, la búsqueda no es lógica, sistemática o analítica; por el contrario, los procedimientos de búsqueda en el periodismo acentúan hablar a la gente sobre una base no sistemática personal, el periodismo valora mucho la experiencia y la intuición o el sentido de las noticias”*⁵.

Hoy en pleno siglo XXI, el sentido que tiene la ciudadanía cobra importancia porque no sólo se apoya en términos del estado liberal, sino, de verter un reconocimiento más allá de sus derechos y deberes, es decir, reconocer al ciudadano como ser social, término denominado por (Marshall, 1998) y que hoy, representa el precepto de ciudadanía. Entendemos que se trata de una transformación social como refiere (Cortina, 2005) cuando habla de la teoría de la ciudadanía. Proceso de cambio que tiene en cuenta la pluralidad y articulación cultural, moral y de convivencia considerando su participación efectiva.

Los espacios locales, así como la tendencia a la globalización presentan diversas cuestiones, algunas de ellas se relacionan e imbrican en las axiologías del ciudadano como espacios singulares y generales que tienen en cuenta la alteridad. Pero ¿a qué nos referimos cuando hablamos de proximidad? Partiremos de lo que dice el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española sobre el término en cuestión, lo define como *“cercano, que dista poco en el espacio o en el tiempo”*.

Está claro que los medios introducen una nueva idea de información teniendo como base las experiencias del individuo. Estos escenarios desvelan la importancia de percibir la observación de las personas a partir del comportamiento por medio del hábito que considera su conducta adaptativa⁶. Pues, todo lo que media nuestra mente son signos ya que en el transcurso de

⁵ VALBUENA DE LA FUENTE, Felicísimo: *Teoría general de la información*. Noesis, Madrid, 1997, pág. 115.

⁶ SKINNER, Burrhus Frederic: *Sobre el conductismo*. Fontanella, Barcelona, 1975 (1ª. ed. en español); *About behaviorism*. Alfred A. Knopf, Nueva York, 1974 (1ª. ed en inglés).

pensar no se parte de “*la ignorancia al saber sino de la duda a la creencia*”⁷, de sobrevalorar las unidades emocionales que acompañan el entendimiento a pesar de que no van comprendidos totalmente en su esencia.

El Periodismo de cercanía se da a través de lo local y más aún, cuando nos enfrentamos a una sociedad hiperinformada donde la tecnología permite la interacción e instantaneidad de la información a una velocidad nunca antes imaginada. Sin embargo, la información de proximidad en esta sociedad globalizada aparece reforzada con la defensa de los rasgos de identidad, entendida como fuente de sentido y experiencia para la gente desde distintos frentes locales.

Hoy está con nosotros un gran profesional, además de colega y amigo, Santiago Sánchez Traver. Él nos hablará sobre la temática enunciada, el Periodismo de cercanía a través de lo local.

Santiago Sánchez Traver: No hay secretos para el éxito. Éste se alcanza preparándose, trabajando arduamente y aprendiendo del fracaso. He acabado como director de *TVE* y *Canal Sur*. Estoy en la comunicación empresarial que es lo que da dinero. Fui también director general de *TVE* en 1983.

El proceso de la Televisión Local es muy curioso. Empieza en España con los famosos Vídeos Comunitarios por las comunidades de vecinos. Se “*pirateaba*” todo lo que se podía: películas, señales, todo. Tenían enlaces de terraza a terraza, de azotea a azotea. Así se cableaban barrios enteros. Es el origen de la Televisión Local en España en los años setenta y ochenta. Después, empiezan a asociarse entre sí y, a partir de ahí, nacen las primeras empresas. Algunas de ellas se prepararon para el futuro. Empezaron a cablear de forma analógica y llegaron a tener bastante relevancia en numerosas ciudades andaluzas como Córdoba, Málaga, Sevilla o Jerez. En definitiva, pequeñas empresas de Televisión Local que dieron un paso más en la distribución de la Televisión Local.

En los años noventa se establece una asociación de 240 o 250 televisiones locales en Andalucía, *Acutel*, esto es, más del cincuenta por ciento de las televisiones locales que había en España. La mayoría empezaron a emitir en analógico sin licencia. Antes, se tenía emisión de contenidos ajenos, pero, a partir de ese momento, finales de los años ochenta, estas televisiones analógicas empiezan a tener contenidos propios y locales. Algunas de esas emisoras locales

⁷ PEIRCE, Charles S.: *Deducción; inducción e hipótesis*. Aguilar Argentina, Buenos Aires, 1970, pág. 16.

se prepararon para el futuro, entrar en la TDT, cauce destinado legalmente a ser el soporte de la Televisión Local en España. Es el momento en que se sabe que va a haber una Ley de Televisión Digital Terrestre, que va a asignar las frecuencias por el Ministerio de Comunicación, dadas por las comunidades autónomas. Hubo televisiones locales que se prepararon para ese salto inmediato y legal. A pesar del apagón, algunas siguen emitiendo en analógico contenidos específicos, pero el mercado está en la TDT.

Aquellas primeras televisiones locales tenían estructuras muy pequeñas y con grandes desniveles. Había emisoras locales con mucha potencia en Málaga, Jerez, Granada, pero relativa influencia local y de pequeño formato, en su mayoría con poco personal e infraestructura y redactores no pagados. La diferencia estaba en los contenidos. En aquella época las televisiones en analógico comenzaban a ofrecer contenidos que se acercaban a lo local. En Sevilla había tres o cuatro emisoras locales analógicas. El esquema del contenido iba en función de lo local, de la proximidad. Desde ese punto de vista, había informativos locales que enganchaban con la información que se producía en el término en el que estaba radicada la emisora. No podían emitir por encima de sus kilovatios porque la Televisión Analógica estaba en la ilegalidad, no existía ley.

Había pequeños informativos, pequeños magazines de mañana o de tarde en los que la gente participaba, se salía a la calle y había otras partes de producción ajena de forma más o menos descarada. Hubo cadenas que se equivocaron en los contenidos y lo pagaron. Cadenas pequeñas y locales en capitales que se dedicaron a hacer grandes magazines o *late night* por la noche compitiendo con *Telecinco* o *Antena 3* gastando el dinero que no tenían y acabaron dejando la señal abandonada.

¿Qué necesita hoy una Televisión Local para hacer una buena información?, ¿cuál es la estructura necesaria para tener una buena información local o próxima?, ¿cuáles son las infraestructuras y los contenidos? Si fallamos en eso, estamos equivocados. La señal se consigue enganchando con el poste que le toque de los 360 retransmisores que puso *Canal Sur* en su día en Andalucía. Fundamentalmente, estamos hablando de una estructura pequeña. Necesita un pequeño estudio de doscientos metros cuadrados, con varios sets para informativos, programas de debate, informativos semanales, magazines. La redacción es pequeña, pero depende de si cubrimos Dos Hermanas, Sevilla o un gran número de pueblos. Muchas dejaron de emitir porque tienen que cubrir información de pueblos muy dispersos. Se necesita también un pequeño equipo comercial, puesto que hay que vivir de la publicidad local a la que no llegan los periódicos medianos y en los que no se pueden anunciar los pequeños

empresarios locales. Es una gran oportunidad para los comerciantes de las localidades. Por un precio asequible se anuncian en lo audiovisual. Antes era impensable porque no había cadenas locales y costaba mucho producir un spot de veinte segundos y producirlo sin calidad iba en detrimento de la empresa. Hoy en día es baratísimo hacer un spot. En cuanto al estudio, puede usarse cámaras pequeñas o DSNG, que son unidades móviles digitales pequeñas que pueden emitir en directo desde cualquier lugar al orientarse con el satélite.

Con respecto a los contenidos, son obligados al menos dos informativos locales diarios con imágenes y noticias en directo. Tienen cabida pequeños debates semanales o mensuales que sirven para la demarcación de siete u ocho pueblos, pequeños magazines en horarios en los que la competencia es menor. Podemos utilizar una DSNG para ver lo que ocurre por el pueblo. La Televisión Local debe apostar muy fuerte siempre por los eventos especiales locales: romerías, semanas santas, navidades y ferias de los pueblos. Ahí merece la pena invertir dinero y esfuerzo. Estos eventos son rentables porque tienen un impacto momentáneo y muchas redifusiones. Ésa es la diferencia con el resto de cadenas nacionales y regionales. Lo demás es relleno donde no hay que invertir porque no se consigue la diferencia y no engancha al público. Lo importante en una Televisión Local es acertar en los contenidos y acertar en la franja horaria. Es evidente que tenemos que tener dos informativos, pero hay que encontrar una franja exacta en la que la gente nos busque. Obviamente, hay que hacer redifusión. Tienes la ventaja de que conoces a tu público y a tus posibles receptores. Las cadenas de televisiones nacionales no saben a quién le llega, tienen una percepción muy somera del público que les ve. En la Televisión Local se sabe perfectamente qué podemos hacer para gustar y en qué horas, incluso, por lo tanto, ajustar muy bien los informativos en la franja horaria en la que van a ir es básico.

Me centraré en el caso de Sevilla. La provincia de Sevilla está dividida en ocho demarcaciones, unas más definidas y otras menos. Hay treinta pueblos que están excluidos del derecho a Televisión Local. Son algunos de la ribera y algunos de la Sierra Norte y Sur. De las ocho demarcaciones, algunas son importantes. Sevilla tiene una demarcación que es multiplex, con lo cual es doble. Tiene tres canales privados y uno público, que es *Giralda Televisión*. Y, por otro lado, tiene otros tres canales privados y otro público. *Giralda Televisión* se ha constituido como la Televisión Pública de Sevilla ciudad. La otra pública se ha quedado sin constituir, que sería la Televisión Metropolitana de Sevilla. El proyecto ha decaído y no se va a dar. En Sevilla se queda sólo una Televisión Local pública y una serie de televisiones privadas que son seis. En el primer multiplex esta *Giralda Televisión*; *Alternativa de Medios*, que es una empresa nacional que no la ha asumido aún *Uniprex (Onda Cero)* que tiene la

señal de *VerTele* y *Onda Giralda* (CRN), propiedad de unos empresarios manchegos y está en venta. El otro multiplex queda libre. Por otra parte, se encuentran *Canal 47*, cuyos contenidos no cumplen con la condición de la Junta, aunque está en venta; *Sevilla Televisión*, que está emitiendo sin mucha influencia con contenidos desfasados, pero seguirán porque tienen objetivos marcados y *Canal Luz*, que es un canal de Televisión Local de Huelva y que ofrece contenidos exotéricos.

En la demarcación de Dos Hermanas se va a hacer una pública además de las tres privadas que funcionan ya, pero existe un problema con la señal. La demarcación de Écija está en pruebas, después de pasar la fase de la Constitución de Órganos y en la demarcación de Estepa, la pública se ha quedado desierta. En Lebrija está aprobada la pública y las tres que hay tienen licencia. En Lora del Río ha quedado desierta la pública y a las tres privadas pueden quitarle los proyectos. En Morón ha decaído la pública y en Utrera sigue adelante la pública desde abril de 2010.

El problema es que hay treinta pueblos en sombra y algunos son relativamente importantes. 121.000 habitantes sin Televisión en Sevilla. Doce de estos municipios tienen entre cinco mil y diez mil habitantes, por lo que no tienen posibilidad de licencia, sólo les queda la vía de hacer Televisión por Internet. Otra opción es inviable. Las audiencias que se prevén son pequeñas en algunos casos. La demarcación de Sevilla tiene un millón de personas. Sevilla capital tiene unos setecientos mil habitantes y la zona metropolitana trescientos mil. Tiene un rebose de señal, esto es, cuando la señal llega a más sitios de los que debería. Setecientos mil personas en *prime time* en el horario de máxima audiencia implica que hay trescientas cincuenta mil viendo la Televisión. A las tres de la tarde hay un veinticinco por ciento y en horario medio un diez por ciento. Si eso lo traspasamos a demarcaciones de pueblos, tenemos que en Lora, TL-05-SE tiene una audiencia máxima de cuarenta mil. En *prime time* hay veinte mil viendo la tele. Hay que repartir los ochenta canales de la TDT y dos mil en horario mínimo. La cuota media se sitúa entre doscientas y dos mil personas. No vale la pena hacer Televisión Local para eso. Es normal que se decanten por las cadenas generalistas nacionales.

Ahora la competencia es brutal. Hay que ir a un modelo de contenidos y de formato muy concreto. La Televisión Local cuesta mucho. Pero, *Giralda Televisión* es una muy buena Televisión Local. Han hecho buena cobertura de los eventos como la Semana Santa o la Feria. Es un buen modelo para extrapolarlo a los pueblos. Para las demarcaciones, compartir medios y contenidos es rentable. La Televisión Local está en un momento difícil porque les acaban de dar la licencia. No es difícil para las que cuentan con una

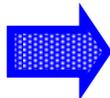
infraestructura, contenidos acertados y horarios adecuados. Eso no es más que conocer a tus receptores posibles. Las televisiones regionales en España tienden a desaparecer. La local tiene esa vocación de futuro, pero hay que hacerla con mucho cuidado.

TURNO DE PREGUNTAS

Desde el público: El Periodismo de cercanía plantea la revalorización de las identidades locales y regionales. ¿Podemos apostar por lo local como futuro?, ¿el Periodismo local podría depender de los ciudadanos?

S. Sánchez Traver: Esto es delicado. Porque hablamos de Periodismo y de local. No nos dejemos pisar el terreno. Si hay Periodismo en las televisiones locales, deben ser los periodistas los que las hagamos. Exijo profesionalidad en el Periodismo local. El comercial que vaya a hacer publicidad en las tiendas del pueblo no se le va a pedir que tenga el sello del publicista, pero el que vaya a hacer información hay que exigir que sea periodista. Por tanto, hay que defender lo profesional para que se haga con garantías. Hay muchos aficionados por ahí, pero el bloguero no es periodista. No contrasta lo que publica. Los *wikipedistas* no son científicos. Vamos a exigir que las Televisiones Locales estén hechas con criterios profesionales.

(ir al inicio del capítulo)



(ir al índice)

