
Capítulo 8

La información pública en la Tele Municipal *

Antonio Silva **

Noelia García Estévez **

Un panel estuvo dedicado a la Televisión Municipal. Fue la tercera sesión del segundo día del Encuentro; transcurría el 30 de noviembre de 2010. Llevó el apelativo de “*La información pública en la Tele Municipal*”. Intervino como ponente Antonio Silva, director¹ que era de la Televisión Municipal de Sevilla que tiene el nombre de *Giralda Televisión*, siendo la relatora Noelia García Estévez, periodista e investigadora en la Universidad de Sevilla.

Noelia García Estévez: En este panel titulado “*La información pública en la Tele Municipal*” hallamos la confluencia de dos elementos clave: por un lado, la existencia de la Televisión Pública y, por otro, el surgimiento de las televisiones de carácter Local/Regional.

En cuanto al primer punto, haciendo un poco de historia, nos hemos de remontar al 2 de noviembre de 1936 cuando la *BBC* comenzó sus transmisiones desde los estudios londinenses de Alexandra Palace. Muchos países europeos fueron también haciendo sus primeras pruebas públicas y en España las

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

** El nombre del interviniente 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 Cuando se edita esta obra, en diciembre de 2011, Antonio Silva ya no es director de Giralda TV, puesto en el que fue relevado a finales del junio de 2011 tras el cambio de Gobierno Municipal producido en Sevilla con motivo de las Elecciones Municipales celebradas en mayo de 2011.

empresas Philips y RCA organizaron en 1948 exhibiciones de Televisión en Barcelona y Madrid, respectivamente.

Tras la Segunda Guerra Mundial, en Gran Bretaña la *BBC* renovó sus instalaciones y volvió a retransmitir a mediados de 1946. Por su parte, el primer canal público francés se creó en otoño de 1947, ofreciendo a los pocos telespectadores de entonces hasta 12 horas semanales de programación regular. Los estudios de Moscú volvieron a poner imágenes en el aire de forma irregular a partir de mayo de 1945 para, finalmente, regularizar las transmisiones a partir de 1948. En los EEUU el crecimiento económico de posguerra tuvo su correlación en el crecimiento del número de emisoras, horas de programación y televisores en los hogares.

En España, tras numerosas pruebas y ensayos, en 1952, utilizando equipos cedidos por la casa Marconi y con personal técnico perteneciente al Laboratorio Electrónico de la Dirección General de Radiodifusión, del recién creado Ministerio de Información y Turismo, se celebra la primera retransmisión deportiva: se televisa un partido de fútbol entre el *Madrid* y el *Racing de Santander*. Una veintena de altos cargos tuvieron el privilegio de contemplarlo. Continúan las pruebas técnicas hasta que se inaugura la programación diaria el 28 de octubre de 1956, marcando esta fecha el comienzo oficial de la Televisión en España, la *TVE*.

En las últimas décadas hemos presenciado la consolidación de sistemas televisivos regionales y locales. Es decir, el otro elemento clave de este panel. Este tipo de emisoras, de un alcance menor que las estaciones de cobertura estatal, forman parte de un fenómeno que comienza a darse, en primer lugar, en EEUU. La Televisión Local en Europa se remonta a la década de los años setenta, cuando los tradicionales monopolios públicos cedieron sus fuerzas ante la liberalización de la radiodifusión debido al crecimiento de las radios y las televisiones “*libres*” y al abaratamiento de los precios de las tecnologías.

El origen de las televisiones locales en España lo encontramos hace más de treinta años, cuando en un pueblo de Cataluña y en Elche se comenzaron a emitir contenidos locales de manera clandestina hasta que las autoridades cerraron las emisoras. Como dice Iborra, “*la Televisión Local surge de la necesidad, cada vez más imperiosa, de recuperar tradiciones perdidas, acontecimientos ignorados por las grandes cadenas televisivas obsesionadas en*

superproducciones transnacionales y engañosas”². En realidad, existen una serie de factores que favorecen la formación de televisiones locales:

* Factores políticos: paralelismo entre regionalización político-administrativa de los Estados y la descentralización televisiva, predominando la iniciativa pública.

* Factores culturales (y lingüísticos): muy vinculados a los factores políticos. En muchas televisiones regionales el factor lingüístico ha sido motor principal para su creación.

* Factores tecnológicos: sin los avances en el terreno de las tecnologías de producción no hubiese sido posible la creación de las emisoras locales o regionales.

De la conjugación de estos dos elementos nace una Televisión de carácter público y local en la que se ha de conjugar la imperiosa necesidad de una información de calidad, en sintonía con su papel de servicio público, con el ofrecimiento de una información cercana y de proximidad que responda a las demandas su audiencia local. Todo esto lo han de hacer en una difícil situación de financiación, característica de la mayoría de televisiones locales en la actualidad.

Voy a silenciar para que Antonio Silva hable de la información pública en la Televisión Municipal. Y no digo privilegio de forma gratuita, ya que con sólo echar un vistazo al recorrido profesional de este periodista sevillano, uno queda realmente asombrado.

Antonio Silva: Voy a contar hoy algo que tiene que ver con mi última ocupación, pero que es fiel reflejo de casi toda mi parte profesional en el mundo del Periodismo vinculada a lo local, excepto algunos eventos internacionales. Voy a hablar de la Televisión Pública Local con una primera definición. ¿Qué entendemos por local?, ¿es propiedad de un Ayuntamiento? En el caso de Sevilla, sí. Pero, también en el caso de Roquetas de Mar, que llega a quince mil habitantes, mientras que nosotros llegamos a un millón cien mil. Nuestros públicos son mayores en Sevilla que en la Televisión Autónoma de Extremadura, Baleares, Principado de Asturias o Murcia.

² IBORRA, P.: “Una Televisión Local de servicio público. La experiencia de Cataluña”, ponencia presentada al Congreso *El servicio público en televisión*, organizado por la Fundación Pablo Iglesias, 1992.

¿Dónde está la definición de local: en el accionista o en el ámbito de influencia? Yo creo que nuestro caso es una experiencia piloto en España con la nueva Ley de TDT. El concepto de Televisión Local es un concepto de proximidad que no tiene que ver con la Televisión de Sevilla, Barcelona o Madrid, que no tiene Televisión Local. Nosotros entendemos que la Televisión es el Medio por antonomasia. Todo el mundo habla de Internet, pero no hace muchos años hubo un vídeo llamado “*Amo a Laura*” que arrasó en el telediario de *TVE* de las tres de la tarde. Todo el mundo lo conocía. Internet es muy potente, crece mucho, pero el concepto de generación de opinión de la Televisión es trascendental. La prueba la tenéis con *Telecinco*. Si sacaran a Belén Esteban a las elecciones conseguirían cinco diputados, eso es generar opinión en una sociedad. Todo este tipo de factores nos hacen creer que la Televisión de Proximidad es un camino a desarrollar, una importante salida profesional siempre y cuando sepamos adaptarnos a los modelos que hay en el mercado, sin ser influidos por los modelos de *Telecinco*, *Cuatro* o *Antena 3*.

La Televisión Local es de proximidad. Lo suelo llamar canal temático urbano. En la TDT están *Eurosport*, *Nitro* o *Nova*. Las televisiones urbanas que no somos de la capital, también somos de 29 municipios del área metropolitana. Eso nos permite hacer Televisión para nuestro ámbito de influencia y hacer Televisión para un señor de Vigo al que le gusta el flamenco, como también tenemos el Betis o el Sevilla con peñas en toda España. Una anécdota es que ayer hicimos un reportaje de cómo vivía la ciudad el Barça-Madrid. Hay una peña del Madrid y una del Barça, mientras existen 23 peñas de Betis y Sevilla. Nosotros somos una ciudad que comunica con su nombre, con su marca de ciudad, es una marca que da de por sí un canal temático urbano.

En la historia de la Televisión Local en España, Cataluña fue la primera Televisión Local por onda en España en el año 1981. Todos debemos algo a Cataluña porque son pioneros en modelos que estamos intentando implantar en Andalucía. Después viene Andalucía en el año 1982, concretamente en Sanlúcar. La Televisión por Cable es otro fenómeno que no tiene mucha implantación, excepto *Imagenio*, sin embargo, en Latinoamérica hay Televisión por Cable en favelas.

En los años ochenta y noventa, Sevilla y Málaga acaparan la Televisión Local. En el año 1994 nace *Onda Giralda*, que comenzó emitiendo las fiestas del barrio de Bellavista. Un grupo de gente inquieta del mundo del Periodismo, fundamentalmente, y del movimiento vecinal. Desde ese año, la marca *Onda Giralda* ha estado en manos de una empresa privada: *Onda Giralda*, *Giralda Televisión* y *CRN Giralda* hasta que el 2 de abril de 2010 comenzó sus emisiones en pruebas en analógico con el nombre de *Giralda Televisión* como

emisora municipal. Cinco meses antes de lo estipulado por la Ley empieza sus emisiones, asumiendo riesgos, pero creímos que teníamos que arriesgar. Retransmitimos en directo la ceremonia inaugural del Festival del Cine Europeo. Esto ha supuesto zancadillas porque la Televisión Local pública está cuestionada y vigilada en muchos aspectos políticos y económicos. Deformación y una judicialización y politización de la vida pública que hacen todos los partidos cuando es la mayor forma de penetración en la vida del ciudadano en el municipio.

La marca *Giralda Televisión* fue registrada por el Ayuntamiento de Sevilla y no tenemos relación con empresas privadas. Este nombre se puso porque era el más conocido. Cuando me ficharon, estaba convencido de que era mejor poner otro nombre, pero las encuestas acabaron por convencerme. La sociedad pública se llama "*De Sevilla Digital Uno Televisión, S.A.*". El grado de conocimiento se debe a que fue la primera cadena que comenzó a emitir en analógico e hizo el primer directo de la Semana Santa. Eso marcó un punto de inflexión. El gran evento popular es el punto clave de penetración y conocimiento de la Televisión. En Sevilla, la Semana Santa fue la que abrió la brecha. El pico de audiencia lo dan la Semana Santa y la Feria.

Antes del apagón analógico, en Sevilla había seis emisoras legales: *Popular Televisión, CRN Giralda, Localia, Sevilla Televisión, Sevilla FC y Canal 47*. Después de la concesión de licencias por parte del Ministerio de Telecomunicaciones quedaron ocho emisoras legales. *VerTe*, un canal público desierto y *Alternativa de Medios* son las novedades. Sólo tienen salida si se especializan. En este mare mágnam, sólo la Televisión del Sevilla FC tiene sentido. En este panorama, nosotros somos la Televisión Generalista. Vamos a competir por el mismo espacio y no hay público para tanto porque es grande la segmentación. El grupo *Telecinco* en Andalucía domina el veinticinco por ciento de la audiencia. Cuando el territorio es tan pequeño lleva a la especialización de las privadas porque no hay mercado publicitario que soporte esto. Sevilla puede tener ocho canales temáticos y puede haber como hay en Jerez, un canal temático de flamenco por Internet. Puede haber un canal de Historia de Sevilla, lo que no puede haber es más de una Televisión Generalista Local. Esto nos va a replantear el futuro de la Televisión.

El servicio público son los informativos, los debates, la promoción cultural, la emisión de grandes eventos. ¿La publicidad también lo es? Esto es el gran debate. Comparto que se haya eliminado la publicidad de *RTVE* porque los presupuestos los tienen que soportar las arcas del Estado, como en la *BBC*, pero las cadenas locales tienen que mantenerla. Una cadena local ofrece el servicio público de fomento del servicio de mercado local y es además de un ingreso, un

servicio. Las televisiones públicas deben tener dinero público pero la publicidad porque es un servicio público. Televisar al Cajasol es también un servicio público. Se trata de un equipo sevillano que está jugando una competición europea, por lo que debe televisarlo la Televisión Local y no *Eurosport*. Una Televisión Pública no debe competir con nadie. Somos complementarios, no competitivos y no hay que competir contraprogramando. Los Medios ahora tienen que hacerlos los periodistas, pero los periodistas de ahora no deben hacer telebasura. La telebasura la consume la gente, pero nunca debe estar en una Televisión Pública. Tampoco debemos sucumbir a la lucha de audiencias a cualquier precio. Tenemos que prestar un servicio lo más plural posible.

Me rebelo contra el hecho de que las televisiones públicas y las locales, aún más, seamos televisiones cuestionadas y vigiladas por el Consejo Audiovisual de Andalucía, por los políticos que están en las corporaciones, por el control de las cuotas. Hoy se intenta imponer el minutaje y las cuotas por encima del derecho informativo. Hay modelos europeos más frecuentes como en Italia, Francia o Bélgica que se llama los tres tercios, mediante los cuales durante un tercio se informa del Gobierno, durante otro de la oposición y durante el otro de los partidos. Esto es una trampa. Creo en la libertad de los profesionales para ejercer la información. No se puede intentar controlar el trabajo de los periodistas. Esa vigilancia es una sinrazón.

¿Por qué los periodistas de un medio público no tienen derecho a ejercer su profesión igual que los de un privado?, ¿quién marca el criterio de la noticia, el periodista o los políticos? Tenemos que rebelarnos ante eso y más ustedes que estáis en la punta de despegue. Aún así, según el propio Consejo Audiovisual de Andalucía, presentado al Parlamento, en *Giralda Televisión* es la Televisión Municipal de Andalucía donde los miembros del Gobierno aparecen menos en los servicios informativos, sólo un diez por ciento, mientras es Cádiz es de un veinticuatro por ciento y en Málaga, un quince por ciento. Tienen que aparecer lo que con sentido informativo quieren hacer los periodistas, no los políticos que pretendan minutar su trabajo. Tiene que salir el criterio profesional, no el político. Estar siempre vigilados es un concepto muy farisaico.

En cuanto a la gestión externalizada, *Giralda Televisión* sólo tiene diez trabajadores, lo cual para las arcas públicas es un alivio. Es un modelo que se está implantando cada vez más en España en cadenas nacionales. *La Sexta* sólo tiene ochenta trabajadores en España; el resto está externalizado con empresas del grupo, con lo cual los costes de estructura son mucho menores. Tenemos quince productoras, hay ciento sesenta puestos de trabajo directos e indirectos en el sector audiovisual y bajo coste para el erario público. En el año 2010 la

Televisión Pública de Sevilla cuesta 5,6 euros al año por habitante de la capital. Los cuatrocientos mil de otros municipios no pagan un duro y tienen el mismo derecho a la información. *Canal Sur* en Sevilla cuesta treinta euros por habitante. Somos la Televisión Pública más barata de España. Otra cuestión es que a los consejos de administración les parezca mucho o poco en estos momentos. Eso es discutible. Cuesta lo que tiene que costar la Televisión que hacemos, que no tiene nada que ver con lo que se ha hecho hasta ahora.

Nuestra parrilla no tiene nada que envidiar a la Televisión Pública de Extremadura. Esta Televisión tiene tres informativos diarios como *Canal Sur* o *Antena 3*. Hacemos un modelo muy distinto a la Televisión Local convencional. Somos una Televisión de gran participación. En menos de cuarenta y cinco años la Televisión se ve cada vez más fuera de la Televisión: *Internet*, *Android*, *Upad*. Las redes sociales forman parte de la Televisión. Cuatro mil personas están en *Facebook*, más de ochocientos seguidores en *Twitter*. Nosotros emitimos eventos sólo por Internet. Tenemos, desde fecha reciente³, un canal de Televisión que sólo emite por Internet, *Giralda 2 Televisión*, con programación distinta y recoge distintos eventos.

La Televisión Promocional también tiene un canal turístico, *Turismo Sevilla Televisión*. Somos una Televisión más de las 1.248 licencias de Televisión Local que hay en España. Somos la primera Televisión Local integrada en la red de televisiones de Iberoamérica. Esto implica formar parte de las cumbres de jefes de estado y cumbres de gobierno de Iberoamérica. Producimos contenidos para el canal de Televisión de la Universidad Autónoma de México que cuadruplica el volumen de *Canal Sur*. Emitimos muchos conciertos de gente joven y programas específicos de cultura. Esto forma parte del servicio público. También hacemos “*Universidad*”, que es un programa que hace el servicio audiovisual de la Universidad de Sevilla, así como espacios divulgativos.

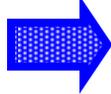
En 2010 hemos hecho retransmisiones para la Televisión de Japón, de Québec, de Argentina y de Perú. La marca Sevilla la tenemos que aprovechar. Somos complemento de las cadenas autonómicas. Hay un modelo de Televisión que me gusta mucho y es el de Castilla y León que es privado. Se sustenta sobre nueve televisiones locales, una por cada provincia, y articulan una parrilla de programación autonómica. Andalucía en red podría competir con poco coste con *Canal Sur*. La ley sólo obliga a emitir cuatro horas de programación diaria.

³ Nota de edición: desde el viernes 26 de noviembre de 2010. La exposición de Antonio Silva se producía, como queda referenciado al iniciado del Capítulo, en la tarde del día 30 –martes- de noviembre de 2010.

Nosotros hacemos doce y seguiremos creciendo. Si hay un canal del Sevilla Fútbol Club, tiene que haber otro del Real Betis Balompié. Lo que no debe haber son siete canales generalistas como *Giralda Televisión*.

La Televisión la tienen que hacer los periodistas. Ha cambiado el concepto de retransmisión. Antes la Semana Santa era retransmitida por un cofrade dicharachero y amable que intentaba emocionar. Ahora la narra un periodista que debe contar. Antes un aficionado taurino contaba lo que veía en la plaza, ahora informa un periodista con un lenguaje especializado. Ese concepto de calidad es el gran salto que nosotros estamos buscando. Local no puede ser sinónimo de mala calidad. Nosotros tenemos equipos técnicos que no tienen algunas televisiones hoy día. Tenemos el último modelo. No compramos cámaras viejas, invertimos en calidad. La gestión tiene que ser profesional porque podemos acabar cayendo en los errores de la Prensa escrita, que está en manos de intereses políticos. Una cosa es informar y otra es deformar.

(ir al inicio del capítulo)



(ir al índice)

