

El futuro de la televisión local en Andalucía

Carmen del Rocío Monedero Morales
Universidad de Málaga
roi@uma.es

**Grupo de trabajo: Cibercultura y nuevas
tecnologías de la información**
IX Congreso IBERCOM
Sevilla-Cádiz, 2006.

El momento actual es especialmente relevante para el sector audiovisual en general y para la televisión local en particular, ante los acelerados cambios tecnológicos de los últimos tiempos con la introducción de la tecnología digital por ondas terrestres en condiciones ventajosas. La televisión digital terrestre (TDT) es una de las opciones de recepción audiovisual gratuitas más adecuada, en cuanto a calidad, a la mayor variedad y cantidad de contenido (tanto en imagen como en sonido), a los nuevos contenidos de información y entretenimiento con una sencilla adaptación del sistema. Esta opción tecnológica desterrará, en pocos años, para siempre la tradicional televisión analógica por ondas hertzianas que hasta ahora hemos conocido. En esta transición digital los pequeños emisores, las televisiones locales, se muestran como el sector más frágil y, a la vez, más ágil para adaptarse y desarrollarse durante el periodo de implantación.

Se entiende por "transición de la televisión analógica a digital" a aquel periodo comprendido desde que comienzan las emisiones en la nueva modalidad de televisión digital terrestre (otoño de 2005), hasta que su difusión y cobertura se extienda a todo el territorio nacional, y por tanto se deje de emitir televisión con el sistema analógico actual (2010). Una de las medidas introducidas en diciembre de 2004 determina que la televisión local sea el primer servicio televisivo obligado a emitir en tecnología digital terrestre, con dos años de antelación sobre la fecha prevista para el definitivo apagón analógico. De esta manera, en el caso de las televisiones locales, la fecha para el cese de las emisiones de la televisión con tecnología analógica ha quedado definida en enero de 2008. Aunque no parece que la situación actual de las televisiones locales permita que se pueda hablar de un sector lo suficientemente consolidado como para ser el destinado a introducir las nuevas tecnologías de transmisión digital terrestre, la TDT, cuando parece al menos dudoso que esos costes se puedan afrontar en la situación actual.

Legislación referente a la TDT de ámbito local:

El Parlamento y el Gobierno han aprobado la legislación y una serie de normativas para el impulso de la televisión digital terrestre, y han quedado definidos los escenarios de la situación de la televisión digital terrestre durante el periodo de transición y de la situación tras el cese de emisiones en analógico.

En marzo del 2004 el Consejo de Ministros aprobó a propuesta del Ministerio de Ciencia y Tecnología, el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Local (Real Decreto 439/2004). De este modo, el Gobierno abordaba la ordenación del sector teniendo en cuenta las frecuencias disponibles y las peticiones de las Comunidades Autónomas que serán las responsables de realizar los pertinentes concursos públicos para otorgar las concesiones. Los ayuntamientos que pertenezcan a una demarcación podrán ser titulares de uno de los programas (de los 4 que componen cada canal múltiple) o ceder todos a titularidad privada. La decisión sobre el modo de gestión y el control de la gestión directa o de los concesionarios del servicio público de televisión local corresponderá a los municipios incluidos dentro de la demarcación, atendiendo a criterios de población.

El Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Local establece los canales múltiples (que contienen al menos 4 programas de televisión digital) para obtener la cobertura de las capitales de provincia y de los municipios con una población superior a 100.000 habitantes.

Adicionalmente, se contempla también la cobertura de municipios con una población inferior a 100.000 habitantes en los casos en los que haya frecuencias disponibles o se prevea una próxima disponibilidad de frecuencias.

En total, el Plan contempla un total de 266 demarcaciones (60 en Andalucía) de las que cada una de ellas tendrá un canal múltiple con capacidad para cuatro programas. Por tanto, en total

serán más de 1.000 las emisoras de televisión local que puedan operar legalmente en España (240 en Andalucía) llegando a un 87% de la población española.

En Andalucía el proceso para la implantación de la TDT en el ámbito local se puso en marcha el pasado mes de enero con la aprobación del Decreto 1/2006, del 10 de enero, que regula el régimen jurídico de las televisiones locales por ondas terrestres. Esta norma será la base en los procesos de otorgamiento de concesiones para la gestión de programas de televisión local, tanto para los ayuntamientos interesados como para el sector privado.

Además, se ha constituido una comisión para la implantación de la TDT en Andalucía, que preside la directora general de Comunicación Social de la Junta de Andalucía, Matilde Santiago, con el objetivo de ayudar al desarrollo efectivo de este nuevo sistema de televisión con el que se apuesta por un concepto de televisión de proximidad que se pretende que tenga las máximas garantías de transparencia y pluralidad.

El mapa andaluz de la TDT está compuesto por 60 demarcaciones y 62 canales múltiples (a cada demarcación le corresponde uno, salvo Sevilla y Málaga, que por su peso demográfico tienen dos). Serán un total de 258 programas, de los que las entidades privadas tienen reservados 186 y 72 serán de gestión pública.

En 50 de las 60 demarcaciones cada canal tendrá cuatro programas: bien uno público y dos privados, o bien dos públicos y dos privados. En las 10 demarcaciones restantes (Almería, Cádiz, Algeciras, Dos Hermanas, El Ejido, Fuengirola, Granada, Huelva, Jaén y Jerez) y a petición de los ayuntamientos cada canal tendrá cinco programas, dos públicos y tres privados. En cuanto a las condiciones y criterios de adjudicación, la convocatoria recoge, entre otros requisitos para los concesionarios, un tiempo mínimo de emisión de cuatro horas diarias, un adecuado volumen de producción propia y hecha en Andalucía, el estricto respeto a los derechos de los menores y el cumplimiento de la normativa vigente sobre publicidad en televisión. Entre los principios básicos a los que deben ajustarse las emisiones, se incluyen la veracidad e imparcialidad de las informaciones, el respeto al pluralismo y a los derechos y libertades constitucionales, el fomento de la conciencia de la identidad andaluza y la defensa de la cultura y de los intereses locales.

Situación actual de la televisión local en Andalucía:

En Andalucía existe más de un centenar de televisiones locales que emiten por ondas hertzianas de las que un treinta y dos por ciento están en manos del sector público municipal y el resto son privadas. Las televisiones locales de Andalucía están realizando importantes esfuerzos por renovar y actualizar sus equipos en un constante proceso de digitalización de las emisiones, y mantienen un nivel de infraestructuras suficiente, en la mayor parte de los casos, para cumplir sus fines y utilizan tecnologías acordes a las características propias de las televisiones pequeñas y medianas y sus recursos financieros, que permiten observar un incremento sostenido de la eficacia productiva y de calidad en general de estas emisiones.

En Andalucía, igualmente, se desarrollan desde hace algún tiempo iniciativas para establecer intercambios efectivos de programación entre emisoras. Según señala F. Pérez, actualmente hay 116 emisoras asociadas a ACUTEL, aunque organizadas no en forma de una cadena como las referidas, sino de manera independiente, ¹ “desarrollando cada vez con mayor intensidad procesos de intercambio de programas, de compra de producciones externas y de captación de recursos publicitarios como consecuencia de su importante cobertura” (Pérez, 2003).

Paralelamente, las televisiones municipales se agrupan en torno a EMA-RTV, con 20 ayuntamientos asociados en la actualidad que cuentan con una emisora de televisión municipal.²

Sólo las ocho capitales de provincia, más Jerez y Algeciras (Cádiz), Dos Hermanas (Sevilla), El Ejido (Almería), Marbella y Fuengirola (Málaga) contarán con un canal propio de TDT. A ellas se sumará de manera especial el municipio malagueño de Álora, que con algo más de 12.000 habitantes llevará en solitario las emisiones en la comarca del Valle del Guadalhorce por las renunciadas de los plenos municipales de Pizarra y Casarabonela, con los que comparte demarcación, a participar en la puesta en marcha de la televisión.

En estos casos mencionados, cada televisión quedará regulada según sus propios estatutos y de acuerdo al mandato de sus respectivos plenos municipales, pero en resto de demarcaciones deberán ponerse de acuerdo los distintos ayuntamientos incluidos en ellas.

En toda Andalucía se han recibido un total de 468 solicitudes, según informó la Dirección

¹ <http://www.acutel.org>

² <http://www.emartv.es>

General de Comunicación Social, dependiente de la Consejería de la Presidencia de la Junta de Andalucía.

Todas las demarcaciones han recibido al menos dos solicitudes. El proceso para otorgar las concesiones privadas de TDT culminó su primera fase el pasado 2 de agosto con el cierre del plazo para la presentación de solicitudes. Sin embargo, este plazo ha continuado abierto en el ámbito de la gestión pública, para los ayuntamientos, hasta el día 19 de septiembre.

Las demarcaciones más codiciadas fueron Málaga y Cádiz con 16 peticiones cada una, Huelva y Algeciras recibieron 15, Sevilla, Dos Hermanas, Córdoba y Jerez de la Frontera 14, Granada, Almería y Marbella 13, Jaén y El Ejido 12, Estepona, Almuñécar y Utrera 11 y Fuengirola, Antequera, Lepe y Huércal Overa 10 cada una. Las que menos solicitudes recibieron, con dos cada una, fueron Olvera, Baena, Hinojosa del Duque, Peñarroya, Pozoblanco e Iznalloz. Pero todas las demarcaciones han recibido solicitudes.

Problemas ante la aplicación de la TDT en el ámbito local:

Es de vital importancia crear y apoyar a medios públicos que sirvan de freno ante el irreversible proceso de globalización del sector y los fuertes intereses de los grupos privados. Las demarcaciones previstas por el Plan Técnico de Televisión Digital aunque traten de equilibrar el territorio audiovisual en Andalucía –cubriendo a más del 92% de la población- y de multiplicar la oferta televisiva con más de doscientos programas posibles se han visto envueltas de polémica por que cuentan con el rechazo frontal de muchos ayuntamientos que ya disponen de una televisión municipal y que ven como las inversiones realizadas en ésta, las plantillas de trabajadores y la información referente a su pueblo desaparecerán en pro de un nuevo modelo de televisión comarcal para toda la demarcación a la que se encuentran adscritos. El caso más dramático en Andalucía es el de la localidad onubense de Nerva, que dando cobertura en la actualidad al 50% de la provincia, no aparece en ninguna demarcación y perderá todo el derecho a emitir o recibir televisión digital.

La Organización de Asociación de Televisiones Locales, G9 –que agrupa a más de 400 estaciones locales de toda España- valora como un paso importante la aprobación unánime de una enmienda por la que se insta a las Comunidades Autónomas a valorar positivamente la experiencia de las televisiones locales históricas que están emitiendo con anterioridad al primero de enero de 1995. Esta medida fue tomada en la sesión parlamentaria del 28 de abril del 2005, durante la tramitación de la Ley de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, que deberá ser ratificada por el Senado antes de su aprobación definitiva. El G9 considera que esta incorporación es el reconocimiento a una demanda del sector que abre las puertas para que las emisoras de televisión local que han mantenido, durante años, un modelo de televisión de proximidad sin garantías legales, vean asegurado su futuro dentro de las nuevas concesiones de TDT.

El modelo público:

Las televisiones locales municipales, es decir, aquellas que pertenecen al administración local en lugar de a un inversor privado, son un modelo televisivo de servicio público, pluralista y abierto, de cobertura estrictamente local, entendidas como un instrumento de participación y acceso directo, gestionado por el municipio, que se abastece de producción propia, y descarta entre sus objetivos el afán de lucro.

La comunicación local de carácter público es indispensable debido a que facilita el acceso de la sociedad civil a los medios como contribución a la democratización de la sociedad. Se debe de potenciar ya que existe la posibilidad de que estos medios se conviertan en herramientas que reduzcan las diferencias sociales entre colectivos minoritarios, entre el medio rural y las áreas metropolitanas, etc. Además, es necesario que la ciudadanía goce de un mayor nivel de información sobre la política que llevan a cabo sus administradores y éstos de conocer las inquietudes de sus administrados.

La oferta pública digital, puede ser por lo tanto la principal garantía para el mantenimiento de la cohesión social y del acceso universal a los contenidos de interés general no ya de los “clientes”, sino de los “ciudadanos”. Especialmente si se tiene en cuenta que el concepto de servicio público, tal y como parece apuntar el desarrollo normativo en España y Europa, podría quedar menoscabado notablemente e incluso eliminado para las televisiones privadas.

Se debe profundizar en los conceptos básicos tradicionales de servicio público e interés general, que hasta el momento no han sido desarrollados o lo han sido insuficientemente, especialmente aquellos que le suponen un valor añadido frente a la televisión privada. Dicho de otro modo, no se trata de renunciar a los contenidos atractivos, al entretenimiento o a la diversión en favor de un rigor elitista (que acabaría siendo, para la televisión pública el rigor mortis), sino de definir una serie de objetivos de servicio público asociados a esa estrategia global de la oferta, teniendo en cuenta aspectos como los siguientes:

- La variedad de segmentos de espectadores (target audiencias) a los que se dirige.
- El pluralismo en el tratamiento de las informaciones.
- El respeto a los derechos constitucionales.
- La protección del menor.
- La existencia de una programación adecuada para el público infantil.
- La menor saturación publicitaria y promocional.
- La búsqueda de innovación y calidad en las ofertas.
- El apoyo a la industria audiovisual independiente.

Tipos de televisiones locales municipales:

La heterogeneidad de propuestas de televisión local en toda la geografía nacional, aun siendo un problema difícilmente salvable para el investigador, es precisamente uno de los pilares fundamentales que define el papel que este espacio comunicativo debe jugar en el conjunto del sistema televisivo nacional y que se le ha negado históricamente.

•Públicas con carácter comercial: es el modelo televisivo dominante que se entiende como un servicio público a la comunidad pero que opta por la doble vía de financiación, pública (subvenciones municipales) y emisión de publicidad, para reducir costes de producción. El hecho de optar por la doble vía de financiación no debería desvirtuar la filosofía inicial del proyecto pero se observa que la mayoría de estas emisoras han experimentado la misma evolución que las grandes cadenas nacionales y regionales, abandonando parte de esa filosofía inicial para buscar sólo el entretenimiento con fines comerciales. Al ser públicas, en sus órganos de dirección deben estar representadas todas las fuerzas políticas de la corporación local. 3.40 TV y Onda Jerez son ejemplos de este tipo de televisiones públicas locales.

•Públicas de servicio a la comunidad: su precedente está en las emisoras de radio municipales con una programación de índole sociocultural basada en la información, la animación y la participación en relación con la vida de la ciudad, entendida como un servicio más a la comunidad. Esta televisión adquiere una clara vocación de escuela pública donde se imparten cursos de aprendizaje para los jóvenes. La únicas emisoras de este tipo que se ha mantenido en Andalucía han sido la TV Municipal de Córdoba (1985-1995), que emitía por cable y El Faro TV, el resto pasaron por este modelo hasta desembocar en el de carácter comercial.

Cumplimiento de la función de servicio público:

Los contenidos locales se dan necesariamente en la producción propia. Es prácticamente imposible que una televisión local mantenga los tiempos de antena habituales en las cadenas nacionales con el único recurso de la producción propia. Así que se dan dos posibilidades, limitar el tiempo en antena al número de horas de capacidad de producción propia o combinar los dos tipos de producción.

Fuere como fuere, las deficiencias formales quedan ampliamente compensadas por el grado de implicación para la audiencia de los temas abordados y por el efecto proximidad. (Prado, de Moragas, 1991, 87).

Hoy en los medios globales, en los espacios de la virtualidad es más fácil persuadir, es más fácil engañar, es más fácil construir escenarios o imaginarios que no podemos comprobar, ya que se trata de decorados de un mundo que no nos es tangible. En lo local es muy difícil crear escenarios que difieran de nuestra realidad, por lo tanto, en esos planos formativos tan necesarios para los medios locales, no conviene desprenderse en exceso de la realidad del entorno y atender al derecho de la información de los ciudadanos. (Díaz Nosty, 1997, 168). Las televisiones locales municipales han dedicado todos sus esfuerzos a la conexión con su entorno en el conjunto de su programación. Así la estructura de ésta se asienta sobre el macrogénero informativo. Incluso cuando se dan otros géneros, éstos aparecen combinados con dimensiones informativas, es el caso de las entrevistas, de programas deportivos, culturales, debates, reportajes de contenidos locales.

Según algunos estudiosos del tema como Abadía, Oriol y Tornero, "las tareas fundamentales de la televisión local son las de contribuir a la información municipal, colaborar con sus

actuaciones de difusión y comunicación y dar cauce a la participación ciudadana en los asuntos públicos”.

Estas televisiones se convierten en auténticos instrumentos de información sobre los asuntos de la localidad y posibilitan el acceso de los actores sociales al medio, permitiendo la expresión directa. Su implicación absoluta en la localidad les convierte en dinamizadores de la vida colectiva y en auténticas instituciones socioculturales en sí mismas, además de convertirse en un ámbito de agregación, muy especialmente para la juventud. (Prado, de Moragas, 1991, 88). Las televisiones locales tienen que ser las televisiones del ciudadano, las que reflejen sus pequeños problemas, aquellos que no salen nunca en ningún medio y que muchas veces, verlos reflejados en la pantalla significa que su problema ha sido tenido en cuenta. Uno de los aspectos más importantes que tienen que contemplar las televisiones locales es el sociológico, porque los vecinos cuando se ven reflejados en la pequeña pantalla con sus vivencias diarias le dan más credibilidad y firmeza a la televisión, y ahí está su razón de ser. (Trigo, 1991, 167). Los modelos de programación varían en función de la titularidad de la emisora y de su sistema de emisión. En el caso de las televisiones locales municipales, éstas elaboran una declaración de intenciones sobre los principios programáticos que seguirán las emisiones, que en el caso de todas las televisiones encuestadas en esta investigación, son autodefinidos como la prestación de un servicio público.

La parrilla plasma la política de programación de las instituciones emisoras, concretando las variables que se toman en cuenta y reflejando las opciones que se acatan respecto a los contenidos. El análisis de la parrilla de programación tiene un papel trascendente para determinar el grado de adecuación existente entre los objetivos declarados por las instituciones emisoras y su plasmación real en unos géneros y programas concretos. (Prado, de Moragas, 1991, 57).

Programación:

Aunque la importancia de la información, principalmente de la radio y de la televisión en la cultura y la formación, fue puesta de relieve en la Resolución 1067 de la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa, y también es evidente su repercusión en la opinión pública, todos los estudios indican que la gente busca diversión en la tele; que la información tiene una audiencia inestable, cambiante y poco constante; que los grandes reportajes tienen audiencia limitada y que los asuntos culturales no mueven el interés de la mayoría de los espectadores.

Esto demuestra que ninguna emisora de televisión puede sobrevivir únicamente con este tipo de programación, a no ser que tenga como objetivo llegar a poca audiencia o cubrir un espacio pequeño de población, pero también es cierto, depende de las coberturas, de la difusión que tenga una emisora local, para que esté justificada su existencia y para que, realmente, tenga alguna incidencia en la sociedad.

En las televisiones municipales se emiten menos películas, más informativos y programas de producción propia (ya que cuentan con una mayor plantilla y emiten menos horas generalmente) que las televisiones locales privadas.

Una de las principales características de los informativos locales es la estrecha relación que mantienen con la audiencia. La objetividad se convierte en una referencia obligada ya que gran parte de las informaciones pueden ser contrastadas por los espectadores. La demanda de información próxima se convierte en una de las principales causas de la aparición de estos medios. La mayoría de los informativos se elaboran en directo, modo que los dota de una mayor naturalidad, objetividad, transparencia, etc.

En casos puntuales se realizan además otros informativos especializados que identifican aun más la televisión con la localidad. Por ejemplo informativos diarios en inglés, francés y alemán, dirigidos al sector turístico y a los residentes extranjeros en la zona o secciones fijas en los informativos dedicadas a los precios diarios que alcanzan los productos agrarios en los mercados de mayoristas, es decir, una especie de información bursátil para los agricultores. Entre los programas divulgativos destacan los que ofrecen un servicio público al ciudadano y los que sirven para fomentar la cultura autóctona.

La audiencia de la televisión local pública:

La audiencia no es un ser pasivo objeto de las prácticas del mercado emisor, aunque de hecho sea tratada como tal, por ello, la realidad virtual que cada día fabrican los medios, por su

dificultad de contraste, por estar basada en la agenda previa o en meros intereses accionariales, mereciendo un consumo consciente y éste sólo se desarrolla desde el desenmascaramiento de productos hábilmente envueltos para seducir y de dudoso valor. Los medios locales por su cercanía a las audiencias contribuyen a esta labor, al acercar, desmitificando y humanizando, la imagen de los intermediarios de la transmisión de la noticia y de las tecnologías utilizadas. La educación de las audiencias exige, por tanto, un mejor conocimiento del funcionamiento de los medios para desarrollar sus auténticas potencialidades, una función ineludible de los medios públicos y alternativos.

En lo que se refiere a la audiencia de la televisión local, ésta es muy imprecisa debido a la ausencia de estudios serios que puedan evaluar la aceptación de este medio.

La televisión local alcanza sus picos de máxima audiencia en periodos muy concretos que coinciden con los grandes acontecimientos de cada localidad. Esta es la gran diferencia con el resto de las cadenas nacionales y regionales, mientras éstas mantienen constantes sus niveles de audiencia durante todo el año, salvo algunos puntos álgidos debidos a grandes acontecimientos deportivos o a algún programa de éxito, las televisiones locales consiguen alcanzar unos niveles de audiencia espectaculares para los medios con los que cuentan. Estos picos de audiencia se concentran en torno a cuatro fechas, retransmisiones de actos navideños, carnavales, procesiones de Semana Santa y fiestas locales.

El flujo de información en ambos sentidos puede conllevar a facilitar unas nuevas formas de gobierno desde los propios ayuntamientos donde se tenga más en cuenta el sentido de la conjunción entre lo que son los ciudadanos y lo que es el propio Ayuntamiento.

Una posibilidad muy interesante sería que el ayuntamiento colaborase en el desarrollo de una televisión local instalando el sistema de emisión, o sea que él directamente no la gestione, pero que a todos los grupos de la localidad que, con visión informativa de servicio público (habría que llamarles entonces productoras) que quieran emitir, se les ponga a su disposición un sistema, el hardware necesario para la emisión. El Ayuntamiento se limitaría básicamente a coordinar los horarios de emisión, etc.

Una televisión realizada con la participación en la producción de los colectivos ciudadanos en lugar de con una platilla altamente profesionalizada no tiene porqué tener menos éxito, incluso puede tener una mayor aceptación ya que se sentirá como algo propio, aunque se sacrifiquen relativamente los criterios de calidad formal.