

**Universidad Cardenal Herrera-CEU**  
Departamento de Comunicación e Información Periodística

# La información de proximidad en la televisión pública de la Comunidad Valenciana tras el cierre de RTVV

2014-2015: dos años sin Canal Nou

**TESIS DOCTORAL**

Presentada por:

María José Escuder Briz

Dirigida por:

Luis María Mirón López

VALENCIA

2016



## ***AGRADECIMIENTOS***

Esta tesis no habría sido posible sin la generosidad de todos aquellos que accedieron a ser entrevistados. Gracias por su tiempo, su sinceridad y su apoyo.

Gracias a Ana que, en un momento para mí complicado, puso en mi cabeza la idea de hacer un doctorado y me ayudó con ello pasar página. Y a Mónica, que durante años me había animado a hacerlo y cuando por fin tomé la decisión me apoyó, como hace siempre.

Gracias a Luis María Mirón que accedió, sin conocerme, a conducirme en el proceso y durante tres años ha sido un excelente guía.

Gracias a Felipe porque la parte técnica de esta investigación habría sido un infierno sin su ayuda. Y a Gabi, por su apoyo constante y su dedicación a este trabajo, del que se ha ocupado como si fuera suyo. Gracias por los cientos de horas de corrección, por sus ideas, sus críticas, sus aportaciones. Sin él esta tesis no habría sido.

Y gracias por último a Lara y a mis padres por su respaldo, su confianza en mí y su generosidad. Todos han cedido tiempo y atención en beneficio de este proyecto que es por ello también un poco suyo.



***NOTA PRELIMINAR***

Esta tesis se acompaña de un *compact disc* en el que se ponen a disposición de cualquier estudioso, en dos anexos, todas las fichas elaboradas para la realización del análisis de contenido y la hoja de cálculo utilizada para procesar los datos. Además, se adjunta la versión en formato PDF de la tesis.



## Índice

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>15</b>
1. Estado de la cuestión .....	17
2. Objeto de estudio.....	25
3. Objetivos .....	29
4. Hipótesis.....	31
5. Metodología y técnicas de investigación .....	33
<b>CAPÍTULO I. FUNDAMENTOS GENERALES.....</b>	<b>47</b>
<b>1. Fundamentos periodísticos .....</b>	<b>49</b>
1.1. La información de proximidad .....	49
1.2. Globalización y televisión de proximidad .....	51
1.3. La televisión de proximidad en España.....	54
1.3.1. Las desconexiones territoriales de Televisión Española: ventanas de proximidad .....	55
1.3.2. Televisiones autonómicas: la televisión espejo .....	57
<b>2. Fundamentos antropológicos .....</b>	<b>61</b>
2.1. El sentimiento de pertenencia: un rasgo humano característico.....	61
2.2. La proximidad: un universal antropológico.....	63
2.3. La identidad: constructo cultural .....	65
2.3.1. Rasgos de identidad cultural .....	67
2.3.1.1. Lengua: medio y mensaje.....	68
2.3.1.2. Territorio: escenario de proximidad y geosímbolo .....	69
<b>3. Fundamentos legislativos y jurídicos.....</b>	<b>73</b>
3.1. La Constitución española: la España de las autonomías .....	74
3.2. El Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana: el desarrollo del autogobierno .....	75

3.3. RTVE, RTVV: Marco legal específico .....	77
3.3.1 Estatuto de la Radio y la Televisión .....	77
3.3.2. Ley de Creación y Regulación del Consejo Asesor de RTVE en la Comunidad Valenciana.....	79
3.3.3. Ley Reguladora del Tercer Canal de Televisión.....	80
3.3.4. Ley General de la Comunicación Audiovisual .....	81
3.3.5. Ley de Creación de RTVV .....	82
3.4. La lengua propia, soporte legal.....	84
3.4.1. Declaración Universal de los Derechos Lingüísticos .....	85
3.4.2. Carta Europea de las Lenguas Regionales o Minoritarias .....	85
3.4.3. Llei d'Ús i Ensenyament del Valencià .....	87
<b>4. Fundamentos políticos .....</b>	<b>89</b>
4.1. La información como elemento primario en la formación de opinión.....	89
4.2. La televisión pública de proximidad como tribuna de debate y participación ....	91
 <b>CAPÍTULO II. LA PROXIMIDAD EN LA TELEVISIÓN PÚBLICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (1971-2013).....</b>	<b>95</b>
 <b>5. Aitana, el germen de la proximidad (1971-1989) .....</b>	<b>97</b>
5.1. La creación del medio.....	97
5.2. Funciones del centro territorial.....	98
5.3. Medios humanos y técnicos.....	100
 <b>6. Canal 9-TVV, la televisión espejo (1989-2013) .....</b>	<b>103</b>
6.1. Televisión Valenciana: desde la gestación hasta el cierre.....	104
6.1.1. La gestación del proyecto .....	104
6.1.2. «Estamos en el aire»: Televisión Valenciana en pruebas .....	107
6.1.3. Los informativos, el buque insignia.....	109
6.1.4. La reacción del ciudadano .....	110
6.1.5. 1995: cambio de gobierno, cambio de orientación .....	111
6.1.6. El cierre.....	113
6.2. El enfoque de proximidad en los informativos autonómicos .....	114
6.2.1. El uso del valenciano como elemento de proximidad .....	116



6.2.2. Vertebrar geográficamente la información para vertebrar el territorio.....	127
6.2.3. Otros elementos de proximidad .....	141
6.2.4. Valencianizar la información nacional e internacional .....	154
6.3. La proximidad en los informativos no diarios.....	156
6.4. La visibilidad de las fuentes de proximidad en Televisión Valenciana .....	157
6.5. Aitana: la televisión estatal en una comunidad con televisión propia.....	162

### **CAPÍTULO III. LA PROXIMIDAD EN LA TELEVISIÓN PÚBLICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2014-2015).....167**

<b>7. La prestación del servicio público de proximidad tras el cierre de TVV.....</b>	<b>169</b>
7.1. El peso de una pantalla en negro .....	169
7.2. Los tiempos de la desconexión territorial de Televisión Española .....	171
7.2.1. Las franjas de información.....	171
7.2.2. Las franjas de sombra: equipos de guardia .....	172
7.3. Medios humanos y técnicos.....	173
7.4. Limitaciones tecnológicas .....	176
7.5. Provisionalidad de la sede .....	176
7.6. Las audiencias.....	177
<b>8. L’Informatiu Comunitat Valenciana: la proximidad en 2014-2015.....</b>	<b>179</b>
8.1. Descripción del relato.....	182
8.1.1. Presentación .....	184
8.1.2. Los Titulares .....	185
8.1.3. El desarrollo informativo: formatos.....	186
8.1.4. El contenido informativo: áreas temáticas.....	190
8.1.4.1. Política.....	193
8.1.4.2. Economía.....	198
8.1.4.3. Sociedad .....	202
8.1.4.4. Sucesos .....	208
8.1.4.5. Tribunales.....	211
8.1.4.6. Deportes .....	214
8.1.4.7. Cultura.....	218

8.2. El enfoque de proximidad en los informativos territoriales .....	222
8.2.1. La proximidad como valor noticia.....	222
8.2.2. Valenciano: medio y mensaje .....	225
8.2.3. Las localizaciones: un territorio sin reflejo.....	230
8.2.3.1. El mapa autonómico en L’Informatiu Comunitat Valenciana .....	230
8.2.3.2. Las delegaciones: visibilidad de las provincias.....	245
8.2.3.3. El mapa de las comarcas: trabajar sin corresponsalías.....	247
<b>9. La proximidad en Aitana más allá del informativo territorial (2014-2015) .....</b>	<b>265</b>
9.1. El Tiempo Comunitat Valenciana: un mapa mudo .....	266
9.2. Las citas electorales .....	268
9.2.1. Entrevistas electorales.....	269
9.2.2. Jornada electoral sin programa electoral.....	271
9.3. Cobertura especial de Fallas .....	271
9.3.1. Especial Fallas .....	272
9.3.2. <i>Masclerats</i> .....	273
9.3.3. La retransmisión de la Cremà .....	274
9.4. Espacios especiales de verano .....	274
<b>10. La pérdida de visibilidad de las fuentes de proximidad (2014-2015) .....</b>	<b>277</b>
10.1. Presencia de las fuentes en 2014 - 2015 .....	277
10.2. Las repercusiones de la pérdida de visibilidad .....	281
<b>11. Propuestas para la ampliación del servicio de Aitana y el restablecimiento de una televisión autonómica .....</b>	<b>283</b>
11.1. Propuestas para la ampliación del servicio de Aitana .....	284
11.2. Propuestas para el restablecimiento de una televisión autonómica.....	287
11.2.1. Ley del Servicio Público de Radiotelevisión Valenciana.....	287
11.2.2. Ley para la Recuperación del Servicio Público de Radiodifusión y Televisión de Ámbito Autonómico, de titularidad de la Generalitat .....	289
<b>CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES .....</b>	<b>295</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>309</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>321</b>

<b>1. ENTREVISTAS</b> .....	321
1. Ramón Ferrer.....	325
2. Josep Vicent Boira .....	331
3. Jordi Pérez Llavador .....	339
4. Andrés de Sales Ferri .....	345
5. Cristóbal Aguado.....	351
6. Fernando del Rosario .....	355
7. Fernando Móner .....	361
8. Jorge Tamayo .....	367
9. José Ramón Espuig .....	371
10. Manuel Castilla.....	375
11. Pere Borrego .....	379
12. Vicente Pizcueta .....	383
13. Víctor Reglero .....	389
14. Waldo Vila.....	395
15. Javier Gomar.....	401
16. Joan Carles Fortea .....	411
17. José Manuel Granero .....	423
18. Juli Esteve.....	433
19. Matilde Alcaraz .....	447
20. Salvador Seguí.....	457
21. Javier Gomar.....	463
<b>2. MANUAL DE CODIFICACIÓN</b> .....	471
<b>3. TABLAS DE RESULTADOS</b> .....	479
TABLA 1: Proximidad .....	479
TABLA 2: Noticias sin proximidad (por áreas) .....	479
TABLA 3: Formatos.....	479
TABLA 4: Idiomas .....	480
TABLA 5: Idioma por cuerpo áreas .....	480
TABLA 6: Areas temáticas .....	481
TABLA 7: Política mes a mes.....	481

TABLA 8: Economía mes a mes .....	482
TABLA 9: Sociedad mes a mes .....	482
TABLA 10: Sucesos mes a mes .....	483
TABLA 11: Tribunales mes a mes .....	483
TABLA 12: Deportes mes a mes.....	484
TABLA 13: Cultura mes a mes .....	484
TABLA 14: Asuntos política.....	485
TABLA 15: Asuntos economía .....	485
TABLA 16: Asuntos sociedad.....	486
TABLA 17: Asuntos sucesos .....	486
TABLA 18: Asuntos tribunales.....	487
TABLA 19: Asuntos deportes .....	487
TABLA 20: Asuntos cultura y fiestas .....	488
TABLA 21: Localizaciones.....	488
TABLA 22: Visibilidad por provincias .....	491
TABLA 23: Visibilidad comarcas de Alicante .....	492
TABLA 23: Visibilidad comarcas de Valencia.....	492
TABLA 24: Visibilidad comarcas de Castellón.....	493
TABLA 25: Áreas temáticas en l'Alacantí.....	493
TABLA 26: Áreas temáticas en la Marina Alta .....	493
TABLA 27: Áreas temáticas en la Marina Baixa.....	494
TABLA 28: Áreas temáticas en L'Alcoià .....	494
TABLA 29: Áreas temáticas en el Baix Segura .....	494
TABLA 30: Áreas temáticas en el Vinalopó Mitjà .....	495
TABLA 31: Áreas temáticas en el Baix Vinalopó .....	495
TABLA 32: Áreas temáticas en el Comtat .....	495
TABLA 33: Áreas temáticas en l'Horta Nord.....	496
TABLA 34: Áreas temáticas en l'Horta Oest.....	496
TABLA 35: Áreas temáticas en l'Horta Sud.....	496
TABLA 36: Áreas temáticas en el Camp de Túria.....	497
TABLA 37: Áreas temáticas en la Ribera Alta .....	497
TABLA 38: Áreas temáticas en la Ribera Baixa.....	497
TABLA 39: Áreas temáticas en el Camp de Morvedre.....	498
TABLA 40: Áreas temáticas en La Safor.....	498

TABLA 41: Áreas temáticas en La Vall d’Albaida .....	498
TABLA 42: Áreas temáticas en La Vall de Cofrents .....	499
TABLA 43: Áreas temáticas en La Costera .....	499
TABLA 44: Áreas temáticas en La Plana de Utiel.....	499
TABLA 45: Áreas temáticas en la Foia de Bunyol .....	500
TABLA 46: Áreas temáticas en Los Serranos.....	500
TABLA 47: Áreas temáticas en La Plana Alta.....	500
TABLA 48: Áreas temáticas en La Plana Baixa .....	501
TABLA 49: Áreas temáticas en L’Alt Palancia .....	501
TABLA 50: Áreas temáticas en L’Alcalaten .....	501
TABLA 51: Áreas temáticas en L’Alcora.....	502
TABLA 52: Áreas temáticas en el Baix Maestrat .....	502



## INTRODUCCIÓN

*El relato está presente en todos los tiempos, en todos los lugares, en todas las sociedades; el relato comienza con la historia misma de la humanidad; no hay ni ha habido jamás en parte alguna un pueblo sin relatos (Barthes, 1977, p. 3)*

Como afirma Roland Barthes<sup>1</sup> no hay ni ha habido jamás en parte alguna un pueblo sin relatos. Durante 24 años, la televisión autonómica ha sido en la Comunidad Valenciana el principal transmisor audiovisual de los relatos de esta sociedad. Los informativos de la cadena pública autonómica se plantearon, desde sus inicios, como la crónica de proximidad que debía dar voz y vertebrar la identidad geográfica, sociocultural y lingüística del pueblo valenciano hasta convertirlo en un todo del que cada ciudadano se sintiera parte.

De ese modo, el relato de proximidad que ofrecieron sirvió para dar cuenta de aquello que ocurre en el entorno más cercano, para aproximar a los ciudadanos a su día a día y para familiarizarlos con el resto de realidades de ese todo sociopolítico que es la comunidad autónoma. Y lo hicieron en su propia lengua. Sirvieron en definitiva para hacer visible una sociedad y sus peculiaridades y para mostrar a los ciudadanos sus similitudes y diferencias.

---

<sup>1</sup> Roland Barthes (1915-1980), filósofo, escritor, ensayista y semiólogo francés, publica en 1966, en la revista *Communications* número 8 su *Introducción al análisis estructural de los relatos* (Introduction à l'analyse structurale des récits). Su fecha de publicación coincide con el auge del estructuralismo, que pretendió construir modelos rigurosos para las ciencias sociales, entonces en pleno desarrollo. El texto se ha extraído, en su traducción al castellano, de ([http://www.ddooss.org/libros/Roland\\_Barthes.pdf](http://www.ddooss.org/libros/Roland_Barthes.pdf)). La consulta se realiza el 31 de octubre de 2014.

El cierre de Televisión Valenciana trajo aparejadas numerosas consecuencias de toda índole: empresariales, laborales, económicas, sociales, informativas, políticas. Entre todas ellas, interesa a este estudio una concreta: ha dejado a los ciudadanos sin la mayor parte de la información de su entorno más próximo y a las fuentes sin visibilidad ni voz.

Durante 2014 y 2015, tras casi un cuarto de siglo consolidando determinadas rutinas informativas, el servicio público de proximidad se reduce al ofrecido por la delegación de Televisión Española —Aitana<sup>2</sup>—, de manera que ha de ser la desconexión territorial de un medio nacional la que proporcione la información de proximidad que antes ofrecía el canal autonómico.

No se puede olvidar que la prioridad de la delegación de Televisión Española es servir de corresponsalía al informativo nacional. Esto subordina a las necesidades del Telediario la información de proximidad que ofrecen las desconexiones territoriales y conlleva también un uso prácticamente testimonial del valenciano. Además, las limitaciones tecnológicas, la escasez de medios humanos y técnicos, y un tiempo de emisión muy reducido han condicionado la información audiovisual de proximidad durante los dos años que siguen al cierre de Televisión Valenciana.

Las noticias de alcance y aquellas que trascienden el ámbito autonómico para entrar en el informativo nacional acaparan las coberturas y ocupan buena parte de la desconexión. Lo cotidiano, el día a día que conforma aquellos relatos de que hablaba Barthes, tiene difícil encaje en la narración del informativo territorial.

Después de casi un cuarto de siglo de información de proximidad exhaustiva y en la lengua propia, durante 2014 y 2015 se ha perdido la mayor parte de esos relatos.

---

<sup>2</sup> *Aitana* es el nombre que recibe inicialmente la delegación de Televisión Española en la Comunidad Valenciana. En la actualidad se sigue conociendo popularmente con ese nombre.



## 1. ESTADO DE LA CUESTIÓN

El 29 de noviembre de 2013 la Generalitat suspende las emisiones de Televisión Valenciana. La señal de Canal 9 y el canal de noticias 9/24 quedan reducidas a una pantalla en negro<sup>3</sup>.

A partir de ese momento se produce una situación nunca antes vivida en la televisión pública en España: tras 24 años de emisión ininterrumpida, desaparece un canal público de televisión. La sociedad valenciana pierde, de un día para otro, el medio de referencia en el ámbito de la información de proximidad de escala autonómica. Y pierde, además, la posibilidad de recibir esta información en valenciano.

Como se verá en este trabajo, más allá de interesar al ciudadano, la información de proximidad le es necesaria; el ciudadano quiere, necesita saber, qué pasa en su entorno más cercano. Y esa necesidad se concreta en todos los ámbitos informativos. Pero además de dar cuenta de la actualidad, la información de proximidad proporciona al individuo los elementos con los que interpretar una realidad que trasciende el mero relato.

Canal 9 —explica el presidente de la Academia Valenciana de la Lengua— ha sido el elemento que ha vertebrado el país, de tal manera que los de Vila-real podíamos saber lo que ocurría en Orihuela, y viceversa. Fuera de ese canal, de esa televisión, no hay un medio capaz de hacer eso, de vertebrar. Por lo tanto, se ha vertebrado y con un idioma determinado, con lo cual uno se acostumbra a hablar, se acostumbra a pensar incluso, en ese idioma en que se le está dando la información. Lo que ahora se llama Comunidad Valenciana estaba determinada precisamente por ese medio de comunicación (Ramón Ferrer. Entrevista 1)

En un mundo globalizado, la información más próxima sigue siendo, en todo caso, un área de la comunicación presente en todas las sociedades<sup>4</sup> y la proximidad es aún un importante valor noticia. Es el entorno más próximo el que permite al individuo

---

<sup>3</sup> Los tres canales de la Televisión Valenciana cambiaron de nombre en distintos momentos de la vida del medio. En este estudio nos referiremos a ellos con el nombre que se les dio inicialmente.

<sup>4</sup> En *Televisión de proximidad en Europa*, Moragas, Garitaonandía y López hacen un estudio exhaustivo del panorama de la televisión de proximidad en los diferentes países europeos, incluido España.

relacionarse, y el que proporciona además la sensación de pertenencia que el ser humano, en tanto que animal político, necesita. La televisión de proximidad da respuesta a esa necesidad y «permite interpretar la realidad desde la complicitad de unos valores culturales compartidos por una comunidad de dimensiones reducidas» (Moragas, Garitaonandía y López, 1999, p. 19)

En España, la televisión pública de proximidad arranca en los años 80, pero tiene su origen en la década anterior, en los primeros compases de la Transición. La democracia española se fundamenta, con la Constitución del 78, «en la indisoluble unidad de la Nación española, patria común e indivisible de todos los españoles, y reconoce y garantiza el derecho a la autonomía de las nacionalidades y regiones que la integran y la solidaridad entre todas ellas» (Art.2 Constitución Española)

Este mandato constitucional se traduce en la estructuración de la España de las autonomías. En 1982, en Ley Orgánica 5/1982 del 1 de julio, entra en vigor el Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana, que, entre otras atribuciones, insta a la Generalitat a «fomentar el desarrollo de las peculiaridades del pueblo valenciano y facilitar la participación de los valencianos en la vida política, económica, cultural y social». El Estatuto dota a la administración autonómica de la competencia exclusiva en materia de cultura y patrimonio<sup>5</sup>, y «le otorga en régimen de concesión a la Generalitat Valenciana la utilización de un tercer canal de titularidad estatal, que debe crearse específicamente para su emisión en su territorio». De dicho texto la televisión autonómica recogerá buena parte del espíritu.

Hasta el momento en que comienzan a emitir las televisiones autonómicas, es Televisión Española quien ofrece —de manera transitoria, según la redacción del Estatuto de Autonomía— el servicio de proximidad que posteriormente se asignará a aquellas. Sin embargo, las delegaciones territoriales de Televisión Española nunca tuvieron la proximidad como objetivo prioritario. Se constituyen a modo de corresponsalías y su misión fundamental es servir el material informativo de su ámbito de cobertura que pueda interesar al Telediario. La emisión de un informativo de proximidad es y ha sido desde el principio sólo una función secundaria y accesoria, subordinada a su labor de corresponsalía.

---

<sup>5</sup> Además de otras muchas recogidas junto con éstas en el Título III y ajenas al objeto de este estudio.

En 1982, tras numerosas negociaciones y por la vía de los hechos consumados, la televisión autonómica vasca (ETB) es la primera en comenzar a emitir. Se da por iniciado el proceso de descentralización del sistema de televisión pública en España. Le seguirán poco después las televisiones de Cataluña (TV3) y Galicia (TVG). Y en una segunda fase, en 1989, Telemadrid, Canal Sur y Televisión Valenciana.

A partir de ese momento, buena parte de las comunidades se han ido dotando de televisión autonómica, si bien, aún ahora, sigue habiendo autonomías que no han contado nunca con este servicio<sup>6</sup>. El Informe FORTA<sup>7</sup> explica:

A partir de 1982, las Televisiónes Públicas Autonómicas (TPAs) nacen y empiezan a emitir con el objetivo de difundir y promover la cultura, las tradiciones, la lengua propia y la realidad social e institucional de la comunidad, ofreciendo un servicio público de proximidad (Maldonado y de Cristobal, 2012)

Con esa premisa, el 9 de octubre de 1989, coincidiendo con la celebración del Día de la Comunidad Valenciana, estaba previsto el arranque oficial de las emisiones de Canal 9. Sin embargo, un mes antes de aquella fecha, un fuerte temporal de lluvias azota la Comunidad y la dirección de la cadena autonómica decide comenzar a emitir los informativos, con una redacción recién contratada y aún en pleno proceso de estructuración.

Canal 9 comença hui les seues emissions de proves. Els serveis informatius de Televisió Valenciana, que no funcionaràn a ple rendiment fins el 9 d'octubre, s'han afegit al dispositiu preparat en esta ocasió a causa de l'aparició del fort temporal que sacsetja tot el territori valencià.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Cantabria, Navarra y la Rioja son las tres únicas comunidades autónomas que no han contado nunca con televisión autonómica.

<sup>7</sup> Se conoce como FORTA a la Federación de Organizaciones de Radio Televisión Autonómicas. Se crea con el objetivo de compartir contenidos y gastos en la compra de determinados productos. En estos momentos agrupa 12 televisiones autonómicas españolas, con independencia de su titularidad y su gestión pública o privada (sólo la televisión autonómica extremeña y la de Castilla León quedan fuera de esta federación). Canal 9, en proceso de liquidación, sigue formando parte de la FORTA durante 2014.

<sup>8</sup> Esta es la transcripción literal del inicio de las emisiones, un mes antes de lo previsto. Xelo Miralles, fue la encargada de dar por iniciadas, aunque en pruebas, las emisiones de la cadena autonómica: "Canal 9 comienza hoy sus emisiones de pruebas. Los servicios informativos de Televisión Valenciana, que no funcionarán a pleno rendimiento hasta el 9 de octubre, se han unido al dispositivo preparado en esta ocasión a causa del fuerte temporal que sacude la Comunidad Valenciana".

Son las primeras palabras que los ciudadanos de la Comunidad Valenciana escuchan desde la cadena autonómica. Xelo Miralles<sup>9</sup> anuncia el cinco de septiembre de 1989 el inicio anticipado de las emisiones de informativos. Y comienza a dar cuenta, con detalle, y comarca por comarca, de los efectos que la lluvia está provocando. Aquel día, en tan sólo dos minutos de avance informativo, los ciudadanos escuchan hablar de Orihuela<sup>10</sup>, Picassent, Beniparrell, Alba, Bétera, Moncada, Valencia; de las comarcas de l’Horta Sud, la Ribera, l’Horta Nord o la Vall d’Albaida, y de los ríos, Segura, Xúquer, Albaida, Cànyoles o Clarià.

Notícies 9 comienza a emitirse un mes antes de lo previsto, y lo hace, cumpliendo con su función de servicio público, para ofrecer información de proximidad.

La meteorología condicionó el inicio de las emisiones de la cadena. Y durante un cuarto de siglo ha recibido una cobertura exhaustiva desde los informativos. Sobre todo, ha recibido un tratamiento de proximidad. Canal 9 ha cubierto las gotas frías, los temporales de nieve o las sequías con dispositivos que recorrían de norte a sur y de este a oeste todo el territorio autonómico.

A lo largo de 24 años de emisiones la cadena autonómica ha desarrollado una oferta informativa que ha puesto en el mapa los 542 municipios de la Comunidad y buen número de sus pedanías. Con una redacción central en Burjassot (Valencia) y delegaciones en Alicante y Castellón, contó con una amplia red de corresponsalías comarcales distribuidas por toda la geografía valenciana. Se programaron, dentro de los noticiarios, espacios que cubrían áreas informativas específicas. *El Camp*, por ejemplo, emitió, durante buena parte de la vida del medio, información de interés para agricultores, pescadores y ganaderos. Ofrecía diariamente los precios en lonja de los productos y daba

---

<sup>9</sup> Xelo Miralles es la primera presentadora que tuvieron los informativos de la cadena autonómica. Fue imagen del Notícies 9 durante más de una década. En los últimos años de vida de Canal 9, presentó el programa *Medi Ambient*, que se emitía en Punt dos, y profundizaba en las cuestiones medioambientales desde el enfoque de proximidad.

<sup>10</sup> El uso de los topónimos en este trabajo se ceñirá al listado oficial de la Generalitat Valenciana. [http://www.ceice.gva.es/polin/docs/WebHelp/Toponimia/municipis\\_de\\_la\\_comunitat\\_valenciana.html](http://www.ceice.gva.es/polin/docs/WebHelp/Toponimia/municipis_de_la_comunitat_valenciana.html)  
En aquellos casos en que existe oficialmente una doble toponimia se estará a lo establecido por la Real Academia de la Lengua Española que considera que en el caso de doble grafía se optará por la castellana. <http://www.rae.es/diccionario-panhispanico-de-dudas/que-contiene/tratamiento-de-los-toponimos>

voz a las diferentes organizaciones de este sector, básico para la economía y la sociedad de la Comunidad Valenciana.

Se colocó en la agenda deportiva el fútbol de base y la tercera división regional. El deporte autóctono, la *pilota*, de raigambre en todo el territorio, tuvo por primera vez cobertura regular en televisión. El 21 de abril de 1990, la recién estrenada televisión autonómica emitía, por primera vez en televisión, una partida completa de este deporte, desde el *Trinquet del Surdo*, de Gandia<sup>11</sup>.

En el ámbito cultural y festivo, algunas de las tradiciones más arraigadas se transformaron en «espectáculos mediáticos». Por primera vez, los valencianos pudieron seguir en directo los Moros y Cristianos de Alcoy, o *l'Entrada de Bous i Cavalls* de Segorbe, entre otras muchas fiestas. En 1991 se retransmite por primera vez una Tomatina. Y todos los veranos, desde el primero, de 1990, Notícies 9 emitió, en el tramo final del informativo de mediodía, el espacio *A la fresca*, un recorrido por la oferta de ocio y fiestas estivales de la Comunidad. El ciudadano se acostumbró a contar con la seguridad de que podía acceder a aquellos acontecimientos desde su pantalla del televisor.

Había como 20 programas así, con historias, costumbres, formas de hablar de los diferentes pueblos. Eso lo hemos perdido. Hemos perdido un patrimonio valiosísimo. Ciertos programas eran como visitar un museo. Veías costumbres, pueblos, escuchabas lo que piensa la gente. Esas vivencias, si no las da una televisión de la tierra, no las da nadie. Te hacía sentir lazos que ahora no sientes. Ahora ves la televisión y lo mismo te da un canal que otro (Cristóbal Aguado. Entrevista 5).

Otro de los ámbitos en los que Canal 9 supuso un cambio sustancial, informativamente hablando, fue el de las noches electorales. Las elecciones generales del 29 de octubre de 1989, recién iniciadas las emisiones, se afrontaron ya desde el enfoque de lo más próximo: información electoral en valenciano y poniendo el acento en los candidatos que se presentaban por Alicante, Valencia y Castellón. A partir de aquel momento, el seguimiento electoral ha tenido siempre ese enfoque de proximidad. Las elecciones autonómicas y municipales se han cubierto durante un cuarto de siglo con amplios dispositivos de directos desde las capitales de comarca de la Comunidad, con datos de participación y resultados de los 542 municipios.

---

<sup>11</sup> Información extraída del reportaje conmemorativo del primer año de emisiones de Canal 9, emitido en la cadena autonómica el 9 de octubre de 1990.

Las elecciones generales de 2011 son la última cita electoral que cubre Canal 9. El cinco de noviembre de 2013, el Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Valenciana anula el expediente de regulación de empleo en que está inmersa la televisión autonómica. Y esa misma tarde el presidente de la Generalitat anuncia la decisión de cerrar la Televisión Valenciana. Sólo unos días después, el 29 de noviembre de 2013, dicho cierre se hace efectivo.

A partir de ese momento los valencianos cuentan, tan sólo, con 34 minutos de información de proximidad al día. Es el tiempo que duran, en conjunto, las dos ediciones de *L'Informatiu Comunitat Valenciana (Aitana)*<sup>12</sup>, que sólo se emiten de lunes a viernes —excepto festivos—. Después de un cuarto de siglo, la pérdida de los contenidos de proximidad que aportaba la cadena autonómica provoca que la oferta informativa de proximidad que ofrecen los medios públicos se haya reducido hasta convertirse en esquemática.

La Delegación de Televisión Española en la Comunidad Valenciana es, durante 2014 y 2015, el único medio público de proximidad que emite en todo el territorio autonómico, si bien el Estatuto de Radiotelevisión Española<sup>13</sup> sólo le asigna explícitamente la función de «proveer de contenidos regionalizados a la realidad estatal», no así la de elaborar un informativo de proximidad. En resumen, su prioridad es dar servicio, como corresponsalía, al Telediario. La información de proximidad es secundaria.

Además, aunque el Estatuto sí explicita que «las desconexiones se harán en la lengua propia de las CCAA», en este caso eso sólo se cumple a medias, y ni siquiera. El uso del valenciano en el relato de *L'Informatiu Comunitat Valenciana* se limita a las entradillas y los platós<sup>14</sup>. El resto del relato se emite en castellano y no siempre con enfoque de proximidad. La normalización de la lengua y cultura valencianas fue uno de los objetivos que justificó la creación de Televisión Valenciana pero nunca estuvo entre las funciones del centro territorial de Televisión Española en la Comunidad.

---

<sup>12</sup> En la actualidad, la desconexión territorial de TVE recibe el nombre de *L'Informatiu Comunitat Valenciana*, no obstante, *Aitana* es el nombre con el que nace este informativo, y con el que se le conoce popularmente.

<sup>13</sup> (Art. 7.4) *Ley 17/2006 de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal*.

<sup>14</sup> Se denomina *plató* al soporte de imágenes que, en lugar de llevar una voz en off grabada, se acompaña de un texto breve, de no más de 30 segundos habitualmente, leído en directo por el conductor desde el estudio.

[Las leyes autonómicas de televisión] definieron desde el primer momento dos características esenciales del servicio público de televisión autonómica, el de ser una televisión de identidad y de proximidad. Dichas leyes constituyen el principal rasgo diferenciador con respecto al servicio público estatal de televisión, y son también aspectos claves de la definición de servicio público de la televisión autonómica (Miguel de Bustos y Casado (coords.), 2012, p. 92)

En definitiva, la oferta de *Aitana*, como alternativa a *Notícies 9* en su papel de informador de proximidad, parece a todas luces insuficiente.

El pueblo valenciano, obviamente, puede y debe tener una televisión. A partir de ahí, hay que determinar cómo hacer un tipo de televisión que se pueda soportar económicamente y que nos sea rentable en cuanto a información, en cuanto a vertebración, en cuanto, en definitiva, a las necesidades de expresión que tiene un pueblo (Ramón Ferrer. Entrevista 1).

Televisión Española no cuenta en la Comunidad con personal, medios técnicos o tiempo de emisión suficientes, su propósito informativo difiere del de un medio de proximidad y el territorio queda desdibujado en su relato porque la cobertura de la información, según explican las fuentes, está condicionada por las limitaciones anteriores: «la cubren lo mejor que pueden, pero siempre es algo muy puntual que queda muy difuminado y resulta puramente anecdótico porque el ámbito de noticias que cubren es mucho más amplio. Eso hace que se produzca la sensación de que no tener una televisión propia nos ha hecho perder muchísimo» (Cristóbal Aguado. Entrevista 5).

En la sociedad del *homo videns* (Sartori, 1997, p. 11), donde casi el 90 por ciento de la población se informa fundamentalmente a través de los noticiarios de televisión, el relato audiovisual que estos informativos compongan es el que conformará la representación perceptible de la realidad del territorio. «Lo visible —defiende Sartori (1997, p. 88)— nos aprisiona en lo visible. Para el hombre que puede ver (y ya está), lo que no ve no existe».

Por eso parece especialmente pertinente este estudio: tras un cuarto de siglo, cierra una televisión pública autonómica —un hecho sin precedentes en España— y la mayor parte del contenido televisivo de proximidad se reduce a una pantalla en negro. Ello hace que durante 2014 y 2015, el día a día de la Comunidad Valenciana haya quedado sin reflejo.





## 2. OBJETO DE ESTUDIO

Este trabajo estudiará con detalle la información de proximidad que se emite en la televisión pública de la Comunidad Valenciana tras el cierre de Canal 9. Para ello fijará la atención en tres vectores distintos de dicha información:

1. El medio de escala autonómica
2. El producto emitido
3. Las fuentes de proximidad

Durante 2014 y 2015 el servicio público de proximidad se limita al producto emitido por las desconexiones territoriales de Televisión Española, puesto que es, en este periodo, la única televisión pública con cobertura en todo el territorio de la Comunidad. El estudio no contempla los proyectos de proximidad puestos en marcha por televisiones privadas. Y ello por tres motivos fundamentales:

1. La televisión comercial se mueve con una lógica diferente y ajena a la del servicio público. De este modo el relato que pudieran ofrecer no se ajustaría a las *necesidades ciudadanas* en el sentido en que las recogen Herman y McChesney:

El modelo comercial tiene su propia lógica. Y por ser de propiedad privada y dependiente del apoyo de la publicidad, tiende a mermar la esfera pública y crear una «cultura del entretenimiento», que no es compatible con un orden democrático. Los productos de los medios se adecúan y diseñan para los fines del mercado y no para las necesidades ciudadanas (Herman y McChesney, 1997; citado en Sinclair, 2000, p. 93).

2. Ninguno de los medios privados que tratan de abrirse camino en el ecosistema audiovisual de la Comunidad Valenciana tiene durante 2014 y 2015 cobertura en todo el territorio autonómico. Su ámbito de cobertura es mayoritariamente local o, a lo sumo, comarcal. Sólo en dos casos tiene una cobertura supra-comarcal, sin llegar de todos modos a cubrir la totalidad del territorio autonómico.
3. La repercusión alcanzada por los canales privados de televisión de ámbito local o comarcal es tan residual que su valor como transmisores de un producto de servicio público de proximidad es prácticamente nulo.

El estudio sí hará una descripción de los informativos de Televisión Valenciana, cuya desaparición justifica el presente trabajo y profundizará en la manera en que desde Canal 9 se abordó la proximidad durante sus 24 años de existencia.

En 2014 y 2015 los informativos de la televisión autonómica se han convertido en una pantalla en negro. Sin embargo es sustancial tenerlos presentes porque para el ciudadano no es lo mismo no disponer de un relato que haberlo perdido tras 24 años de rutinas informativas. La interpretación correcta del peso que tendrá el relato de proximidad de Televisión Española sólo es posible si se tiene en cuenta que el espectador, que antes podía buscar su referencia de proximidad en la televisión autonómica, ahora ya no puede.

El objeto formal de este estudio se desgrana, como se apunta al inicio del epígrafe, en tres vectores diferentes que configuran la información de proximidad.

El primero de dichos vectores lo conforma el medio de comunicación, son los medios humanos y técnicos y las rutinas productivas, tanto de la delegación de Televisión Española en la Comunidad como de la extinta redacción de informativos de Televisión Valenciana.

El segundo vector del objeto de estudio lo constituye el contenido del producto de proximidad.

La delegación de Televisión Española estructura su producto de proximidad en dos ediciones. La primera se emite a las dos de la tarde y tiene 25 minutos de duración, a los que sigue minuto y medio de información meteorológica de la Comunidad. La segunda, a las cuatro, no recoge previsión meteorológica y es sólo un boletín de alrededor de ocho minutos. Este trabajo centrará su análisis en la primera edición de *L'Informatiu Comunitat Valenciana*. Se opta por esta edición porque su mayor duración le permite ofrecer un relato más completo de la actualidad autonómica.

Por último, para caracterizar la merma de la información de proximidad, el tercer vector que concreta el objeto de estudio de este trabajo lo forman las fuentes de proximidad de escala autonómica.

Durante 24 años de emisión de los informativos autonómicos, la demanda de información de proximidad consolidó las rutinas comunicativas de estas fuentes y amplificó su presencia mediática.

Los representantes de diferentes entidades públicas y privadas de todos los ámbitos informativos concretarán el grado de visibilidad de las fuentes de proximidad y la diferencia con la presencia que tenían en el relato global hasta el cierre de Televisión Valenciana.

El estudio abarca 2014 y 2015, los dos años completos transcurridos tras el cierre de Canal 9. Analizar dos años completos –teniendo en cuenta que 2015 es año electoral– permite obtener una imagen global y aproximada de la cobertura informativa de proximidad, que obviamente se ve condicionada por las citas electorales.

El año 2014, preelectoral, se cierra con diversas promesas de reapertura del canal autonómico por parte de los distintos grupos políticos, la Diputación de Valencia, e incluso la propia Generalitat. Sin embargo, a 31 de diciembre, la Comunidad Valenciana sigue contando tan sólo con el relato que le ofrece *Aitana*.

Otro tanto sucede en 2015, año de elecciones. Pese a las promesas electorales y los proyectos supuestamente inminentes, el 31 de diciembre de 2015 el periodo de análisis se cierra con nueva legislación aún sin concreción material pero con el mismo único relato de proximidad con que se inició el periodo el 1 de enero de 2014.

Por ello, con independencia de cómo evolucione la situación a partir de 2016, esos 24 meses de vacío informativo resultan, como objeto de análisis, un hito muy interesante dentro de la historia de las televisiones públicas en España.



### 3. OBJETIVOS

El objetivo básico de este estudio es describir la información audiovisual de proximidad que emite Televisión Española en su desconexión territorial de la Comunidad Valenciana durante 2014 y 2015. Y confirmar que una de las repercusiones inmediatas del cierre de la televisión autonómica es la pérdida de la mayor parte del relato televisivo de proximidad en la Comunidad.

Este objetivo central se concreta en:

1. Caracterizar la pérdida, definirla y delimitarla.
  - 1.1. Concretar los canales públicos de televisión de cobertura autonómica con los que contaba la Comunidad hasta 2013.
  - 1.2. Cuantificar con qué medios humanos y técnicos contaban los informativos de Televisión Valenciana y Aitana para elaborar su producto de proximidad hasta 2013.
  - 1.3. Determinar el objetivo prioritario y las rutinas productivas del medio autonómico y el nacional para la realización de sus informativos hasta 2013.
  - 1.4. Caracterizar el relato de escala autonómica que ofrecían los informativos de Canal 9 y analizar el concepto de proximidad con que trabajaban, su uso del valenciano y el nivel de presencia del territorio autonómico en el relato.
  - 1.5. Conocer el grado de visibilidad de las fuentes de proximidad y el efecto de *feedback* que dicha visibilidad provocaba.
2. Describir la información de proximidad audiovisual que se ofrece al ciudadano de la Comunidad en 2014 y 2015 a través de la televisión pública:
  - 2.1. Cuantificar los medios humanos y técnicos con que cuenta la desconexión de Televisión Española.
  - 2.2. Conocer el objetivo prioritario y las rutinas productivas de la delegación territorial de Televisión Española para la realización de sus informativos.

- 2.3. Describir el contenido de *L'Informatiu Comunitat Valenciana*<sup>15</sup>, de Televisión Española, único relato de proximidad de ámbito autonómico que se emite en la Comunidad Valenciana durante 2014 y 2015.
- 2.4. Comprobar qué nivel de proximidad existe en el relato.
- 2.5. Determinar cuál es el porcentaje de uso del valenciano en el informativo territorial.
- 2.6. Describir la representación del territorio que ofrece el relato de proximidad durante 2014 y 2015. Para ello, calcular el nivel de presencia de los diferentes espacios geográficos.
  - 2.6.1. Comparar el porcentaje de información localizado en cada una de las tres provincias.
  - 2.6.2. Explorar la visibilidad de las diferentes comarcas y evaluar el uso de la división comarcal en el relato.
  - 2.6.3. Cuantificar la presencia de los 542 municipios de la Comunidad.
3. Explorar el grado de visibilidad de las fuentes de proximidad y su variación respecto al que tenían antes del cierre de la cadena pública autonómica. Y verificar las repercusiones que dicha variación ha tenido en la actividad de las fuentes.

---

<sup>15</sup> *L'Informatiu Comunitat Valenciana* es el nombre que recibe el informativo territorial de Televisión Española en la Comunidad Valenciana.

#### 4. HIPÓTESIS

Este estudio plantea, como hipótesis de partida que el cierre de Televisión Valenciana habría supuesto, como efecto inmediato, la pérdida de la mayor parte del relato audiovisual de proximidad que ofrecían las televisiones públicas en la Comunidad. La delegación territorial de Televisión Española emite un relato con enfoque de proximidad, *L'Informatiu Comunitat Valenciana*, sin embargo dicho relato parece del todo insuficiente para suplir la información de escala autonómica de la que dispusieron la sociedad y las fuentes durante casi un cuarto de siglo.

Esta hipótesis central se concreta en varias hipótesis específicas:

1. Durante 2014 y 2015 la Comunidad Valenciana parece haber experimentado un déficit en el ámbito de la información de proximidad audiovisual. Dicho déficit informativo se daría, en mayor o menor grado, en las diferentes áreas temáticas.
2. Parece perderse casi completamente la información contada en valenciano. El uso del valenciano en el informativo territorial de Televisión Española sería sólo testimonial.
3. Buena parte del territorio de la Comunidad Valenciana desaparecería por completo del relato informativo. La imagen que se ofrece de la geografía de la Comunidad parece desvertebrada.
4. La selección de asuntos a tratar estaría condicionada por las necesidades del Telediario, más allá del enfoque de proximidad. En este sentido, cuanto más próxima y menos exportable es una materia, mayor parece la pérdida de presencia.
5. La información de proximidad que se emite estaría condicionada por la falta de medios y tiempo y sería, por ello, genérica, esquemática y episódica.
6. Los hechos noticiosos se abordarían básicamente como noticias de alcance, sin seguimiento de los asuntos tratados. El condicionamiento temporal parece tan importante que impediría abordar la narración del día a día de cualquier ámbito.

7. Las fuentes de proximidad de escala autonómica parecen sufrir durante 2014 y 2015 una pérdida de visibilidad. Cabe pensar que su presencia en televisión disminuye notablemente.
8. De las anteriores hipótesis cabría inferir una limitación de la posibilidad de participación ciudadana y una merma de la función de tribuna pública atribuible a los medios públicos de comunicación.
9. La función de servicio público con que se pusieron en marcha los informativos de la televisión autonómica quedaría durante 2014 y 2015 sin cubrir. Ningún canal público de televisión con cobertura en toda la Comunidad Valenciana contaría durante el periodo de análisis con medios ni capacidad para suplir el papel que, en el ámbito de la información de proximidad, desempeñaba Canal 9.



## 5. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio tiene carácter descriptivo y exploratorio. Para radiografiar el estado de la información de proximidad en la televisión pública de la Comunidad Valenciana durante los años 2014 y 2015 se analizará con detalle el relato con que ahora cuenta el espectador, que en realidad se limita a la desconexión de Aitana (dos informativos diarios de menos de media hora de lunes a viernes). Se repasarán las rutinas productivas con que se elabora dicho informativo y aquellas con que trabajaba hasta 2013 Televisión Valenciana para la elaboración del Noticias 9. Se detallarán los medios técnicos y humanos de ambos medios y se sondeará, con las fuentes, su presencia en el relato durante el periodo de análisis y la pérdida de visibilidad de los diferentes ámbitos informativos: sociales, políticos, culturales, económicos o deportivos de la Comunidad.

En definitiva, se intentará describir pormenorizadamente el relato de proximidad de escala autonómica que los ciudadanos reciben ahora desde la pantalla del televisor, siempre tomando como referencia el producto que se ofreció durante los veinticuatro años anteriores porque aquel producto generó rutinas informativas en ciudadanos y fuentes y sólo teniéndolo presente se podrá interpretar correctamente la información de proximidad que se emite en el periodo de análisis como información espejo del ámbito autonómico.

Obviamente, no es posible plantearse el estudio comparativo entre los productos de proximidad ofrecidos por TVE y TVV y ello por varias razones. La primera de ellas es que en el periodo de análisis —2014-2015— no existe tal producto para Televisión Valenciana, desaparecida y convertida en una pantalla en negro. Tal comparación sería de hecho un contrafáctico, aunque sí se pretende que esa pantalla en negro sea una referencia constante en el estudio. En segundo lugar, utilizar muestras de Canal 9 emitidas en años anteriores falsearía el análisis. Y por último, no hay que olvidar que, mientras el producto de proximidad de Televisión Española en la Comunidad Valenciana se limita a dos breves franjas de desconexión diarias, de lunes a viernes, la información de proximidad en Televisión Valenciana ocupaba las veinticuatro horas de emisión de un canal de noticias, más las ediciones —tres o cuatro según etapas— del informativo Noticias 9, más buen número de programas informativos dedicados a diferentes materias y centrados igualmente en el ámbito más próximo geográfica, cultural y socialmente. Y todo ello 365 días al año.

*-Metodología cuantitativa-cualitativa*

Dado el carácter diverso de los elementos de análisis —en la temporalidad, la duración y el tipo de producto— no es aplicable en este estudio una estricta unicidad de método.

Esta investigación tiene una vocación claramente cualitativa. Sin embargo, a la hora de abordar el proyecto se decide optar por la *triangulación* (Ruiz Olabuénaga, 1996, p. 10), una metodología combinada, cuantitativa-cualitativa. Ello nos permitirá partir de datos medibles, objetivos, que poder interpretar a la luz del análisis cualitativo.

La triangulación utiliza una metodología caracterizada por la búsqueda del control de calidad basada en el postulado de que este control se consigue mejor contrastando las técnicas cuantitativas con las cualitativas que replegándose rígidamente a la fidelidad de una sola mirada (Ruiz Olabuénaga, 1996, p. 10).

El propósito es, de un lado, obtener datos precisos, cuantificables, del presente mapa informativo audiovisual de proximidad, y del contenido emitido por el único medio que, durante el periodo de tiempo analizado (años 2014 y 2015), emite un informativo con enfoque de proximidad para todo el territorio autonómico. La recogida de datos concretará la cobertura de las diferentes áreas temáticas tratadas, el uso del valenciano, la visibilidad del territorio y la proximidad como valor noticia presente o no en cada pieza del relato.

De otro lado, se aborda desde una perspectiva cualitativa el análisis de las rutinas productivas seguidas por las redacciones de ambos medios —Televisión Valenciana y Televisión Española— para la elaboración del relato de proximidad.

La mayor visibilidad y proximidad a las situaciones reales que propugnan los métodos cualitativos, les confiere un carácter de acercamiento a la verdad de la que carecen las técnicas cuantitativas (Ruiz Olabuénaga, 1996, p. 18).

Por ello, se estudiará, igualmente, desde la metodología cualitativa, la repercusión que para las fuentes ha tenido el cierre del medio de proximidad por excelencia en el territorio autonómico, no sólo en tanto que fuentes, sino también como parte de la ciudadanía a quien se dirige el relato.

La integración de los enfoques cualitativos y cuantitativos resulta especialmente útil porque, como sugieren Casetti y Di Chio:

Cada instrumento acerca y explica el objeto de análisis a partir de una perspectiva propia, teniendo en cuenta determinados aspectos pero descuidando otros. Sólo se puede explicar la complejidad del objeto y obtener resultados realmente fiables utilizando varios instrumentos a la vez y, por lo tanto, sumando puntos de vista diferentes pero complementarios (Casetti, F. ; Di Chio, F., 1999, p. 332).

Siguiendo este planteamiento, la presente investigación recurre a diferentes técnicas cualitativas y cuantitativas para profundizar en los diversos aspectos del objeto de estudio.

#### *-Análisis de contenido*

El análisis de contenido es la técnica sobre la que pivotará el trabajo de campo de esta investigación. El propósito es desmenuzar el relato de los informativos de la muestra tomándolos como «*escenario de observación* o como el *interlocutor de una entrevista* del que se extrae información para someterla a un ulterior análisis e interpretación, es decir, que el texto es como un campo del que se extrae información a través de la lectura» (Ruiz Olabuénaga, 1996, p. 197).

El análisis de este estudio se centra en el contenido manifiesto de cada una de las piezas de la muestra. En concreto se realiza un análisis de frecuencias para determinar qué temáticas se tratan, qué escenarios aparecen, qué idioma tiene más o menos presencia, o cuál es el peso de la proximidad como valor-noticia y se cruzan esos datos en un análisis de confluencias para determinar con ello, a qué escenarios se vincula cada temática.

Se analizan una total de 105 informativos de la primera edición de *L'Informatiu Comunitat Valenciana*. Las unidades de análisis se extraen a razón de un informativo por semana, alternando el día de la semana para tratar de evitar que la muestra esté condicionada. De este modo se garantiza que están presentes diferentes asuntos propios de cada época del año, y de cada día de la semana —por ejemplo, los plenos del *Consell* acostumbran a ser los viernes, así que componer la muestra de otro modo condicionaría los resultados en este ámbito informativo—. La temporalidad, además, es muy marcada en la información de proximidad de la Comunidad Valenciana. Las manifestaciones festivas, importantes para este estudio, se ciñen a fechas determinadas, los diferentes sectores económicos de la Comunidad están también muy condicionados por la

temporalidad, incluso la meteorología y sus manifestaciones más extremas se producen en épocas concretas aunque obviamente no se trata de fechas exactas<sup>16</sup>.

La selección se realizará pues con la siguiente pauta:

1º mes - 1ª semana - 1º día (miércoles) / 1º mes - 2ª semana (jueves) / 1º mes - 3ª semana (viernes)...

Fuente: Elaboración propia

De este modo, la muestra queda compuesta de la siguiente manera:

<b>2014</b>		<b>2015</b>	
ENERO 1*-9-17-20-28	5 (4)	ENERO 2-5-13-21-29	5
FEBRERO 5-13-21-24	4	FEBRERO 6-9-17-25	4
MARZO 4-12-20-28-31	5	MARZO 5-13-16-24	4
ABRIL 8-16-24	3	ABRIL 1-9-17-20-28	5
MAYO 2-5-13-21-29	5	MAYO 6-14-22-25	4
JUNIO 6-9-17-25	4	JUNIO 2-10-18-26-29	5
JULIO 3-11-14-22-30	5	JULIO 7-15-23-31	4
AGOSTO 7-15-18-26	4 (3)	AGOSTO 3-11-19-27	4

<sup>16</sup> En el primer año de la muestra, por ejemplo, se produce un fenómeno de gota fría en la Comunidad Valenciana durante el último fin de semana de noviembre (días 29 y 30 del mes), pese a que las fechas más comunes para este fenómeno acostumbran a ser el final de septiembre y el mes de octubre.

SEPTIEMBRE 3-11-19-22-30	5	SEPTIEMBRE 4-7-15- <b>23</b>	4 (3)
OCTUBRE 8-16-24-27	4	OCTUBRE 1-9- <b>12</b> -20-28	5 (4)
NOVIEMBRE 4-12-20-28	4	NOVIEMBRE 5-13-16-24	4
DICIEMBRE 1-9-17- <b>25</b>	4 (3)	DICIEMBRE 2-10-18-21-29	5
<b>SUBTOTAL</b>	<b>52 (49)</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>53 (51)</b>
<b>TOTAL: 105 (100)</b>			

\*Marcados en rojo figuran los cinco días incluidos en la muestra en que no se emite informativo. En la columna contigua aparece, junto al número de ediciones incluidas al mes en la muestra, otro número entre paréntesis que corresponde a los informativos emitidos y analizados de manera efectiva. Fuente: elaboración propia.

Se toma como unidad de inicio el primer día del primer año, que en este caso es un miércoles. Resulta paradójico que la primera unidad de análisis de la muestra sea un día en que, por ser festivo, no hay desconexión territorial. No obstante, se decide de todos modos mantener esta unidad de análisis en la muestra porque es especialmente relevante el hecho de que los fines de semana y festivos no se emita *L'Informatiu Comunitat Valenciana*. En sí mismo, esto es ya motivo de análisis. Los festivos, el relato de proximidad ofrecido por Televisión Española no existe.

#### *-Recogida de datos*

Para la recogida de datos se elaboran dos tipos de fichas de análisis. La primera, global, recoge la estructura de la escaleta del informativo.

En esta ficha se incluyen, por un lado, los datos básicos del informativo:

- Fecha
- Duración en minutos y segundos del informativo
- Asuntos incluidos en la presentación y los sumarios
- Enumeración ordenada de las piezas del informativo

Por otro lado, los datos básicos de cada información emitida:

- Orden que ocupa en la escaleta
- Formato de la pieza:
  - PTO: plató
  - PAS: pastilla o total
  - VTR: vídeo, sin especificar si incluye o no cortes de voz
  - DIR: conexión en directo
  - BREVE: bloque de vídeos breves, locutados en valenciano por un mismo redactor
  - ENTRADILLA: Entradilla sin pieza
- Nombre de la información
- Intervalo de tiempo que ocupa en el informativo
- Duración total de la pieza: incluidos los tiempos de entrada y off

Se elaboran 105 fichas con este primer modelo, tal como se muestra en el ejemplo siguiente, extraído del propio análisis de contenido:

FECHA: 11 de agosto 2015 (martes)
DURACIÓN: 00:21:30
Presentación: Posibilidad de tormentas + dos muertos por violencia de género
Sumario 1: Día de duelo en Serra por pareja muerta
Sumario 2: Nueva campaña de control de la DGT
Sumario 3: Previa Champions Valencia CF + Pretemporada Levante UD
Sumario 4: .....
1. VTR. Duelo oficial en Serra por caso de violencia (2:07-4:10) TOTAL: 00:02:03
2. PTO. Crónica suicidio en la cárcel de Picassent (4:11-5:14) TOTAL: 00:01:03
3. VTR. Protocolo vigilancia anti suicidios en Picassent (5:15-6:38) TOTAL: 00:01:23
4. PTO. Detenido en Cullera capo de mafia dedicada a los coches de alta gama (6:39-7:36) TOTAL: 00:00:57
5. VTR. Reacciones políticas a la reunión gobierno-Rato (7:41-9:26) TOTAL: 00:01:45
6. VTR. Campaña control alcohol DGT (9:30-11:16) TOTAL: 00:01:46
7. PTO. Sanciones de tráfico (11:17-12:07) TOTAL: 00:00:50
8. VTR. El Ayuntamiento de Valencia recupera el parking de la Plaza de la Reina (12:08-13:57) TOTAL: 00:01:49
9. VTR. Previa amistoso Levante UD (14:03-15:28) TOTAL: 00:01:25
10. VTR. Previa Champions Valencia CF (15:29-17:05) TOTAL: 00:01:36
11. PTO. Previa fichajes Villarreal CF (17:06-17:50) TOTAL: 00:00:44
12. VTR. Servicio de baño adaptado de la Cruz Roja (17:55-19:41) TOTAL: 00:01:46
TITULARES (19:42-21:30) TOTAL: 00:01:48

Los puntos suspensivos en el ítem «Sumario 4» indican que no existe el cuarto sumario en ese informativo.  
Fuente: elaboración propia. Ficha extraída del análisis de contenido elaborado para el estudio

La segunda ficha recoge el análisis pormenorizado de cada una de las piezas del informativo, teniendo en cuenta las siguientes variables:

1. Identificativas

1.1. Fecha de emisión.

1.2. Nombre de la pieza: Da cuenta del asunto concreto que se trata.

1.3. Ubicación en la escaleta: Detalla el orden de aparición de la pieza y su presencia o no en los sumarios y la presentación.

1.4. Duración de la pieza: Señala la duración global de la pieza. E incluye además entre paréntesis el intervalo de tiempo que ocupa en el informativo y la duración de cada una de las partes de la pieza (entradilla, si la hubiese, y cuerpo).

2. Descriptivas

2.1. Formato periodístico utilizado: Define el formato periodístico escogido para la pieza.

2.2. Área temática: Clasifica la pieza en una de las cinco grandes áreas temáticas en que este estudio divide los contenidos informativos.

2.3. Asunto: Determina a cuál de las materias incluidas en cada área temática corresponde la pieza.

2.4. Uso del valenciano y el castellano: Separa entradilla y cuerpo para poder establecer el tiempo total de uso de cada una de las dos lenguas oficiales<sup>17</sup>.

2.5. Localización geográfica de cada pieza: Se tiene en cuenta aquella que aparece rotulada, o en su defecto, la que el *off*<sup>18</sup> cita como localización.

2.6. Actores con voz en el relato (cortes de voz): Sólo detalla aquellos actores con intervención directa, en corte de voz.

2.7. Presencia de la proximidad como valor-noticia: Determina si la proximidad es uno de los valores noticia presentes en la pieza.

Se elaboran 1897 fichas como el modelo de la muestra recogida a continuación:

---

<sup>17</sup> Es importante establecer esta separación porque el uso fundamental del valenciano en *L'Informatiu Comunitat Valenciana* se restringe a las entradillas (salvo alguna excepción), de manera que para cuantificar su presencia hay que desglosar éstas del resto de cada pieza.

<sup>18</sup> Se conoce como *off* al texto locutado que acompaña a la noticia.

FICHA DE PIEZA

Fecha de emisión: 28 abril 2015

Nombre de la pieza: PREVIA ELCHE CF

Orden en escaleta: 15

Duración total pieza: (17:59-19:32) //00:19/01:14// TOTAL: 01:33

<b>Formato</b>	<b>VÍDEO CON CORTES</b>	
<b>Área temática</b>	<b>DEPORTES</b>	
<b>Asunto</b>	<b>FÚTBOL</b>	
<b>Idioma entradilla</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>Tiempo: (17:59-18:18) 00:00:19</b>
<b>Idioma cuerpo</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>Tiempo: (18:18-19:32) 00:01:14</b>
<b>Localización</b>	<b>ELCHE</b>	
<b>Comarca</b>	<b>BAIX VINALOPÓ</b>	
<b>Actores con voz</b>	<p><b>1. FRAN ESCRIBÁ (ENTRENADOR)</b></p>	
<b>Proximidad (valor noticia)</b>	<b>SÍ</b>	

Fuente: elaboración propia. Ficha extraída del análisis de contenido elaborado para este estudio.

Las fichas han sido testadas previamente utilizando como muestra el mes de abril de 2014. Se analizaron todos los informativos emitidos en la primera edición de *L'Informatiu Comunitat Valenciana* durante aquel mes y se concluyó así cuáles de las variables recogidas y analizadas resultaban realmente útiles al estudio y cuáles eran innecesarias o estaban mal planteadas. En este sentido se decide eliminar, en las fichas definitivas, algunas de las variables introducidas inicialmente, como las fuentes<sup>19</sup> y los elementos de noticiabilidad, de los cuales se mantiene sólo la proximidad<sup>20</sup>. En cuanto a

<sup>19</sup> Se elimina esta variable porque lleva a error y en ocasiones resulta especulativo determinar cuáles han sido las fuentes del redactor. Las variables *temáticas* y *actores* nos proporcionan, de manera más objetiva, la información sobre las fuentes y áreas informativas que buscamos.

<sup>20</sup> En cuanto a los valores noticia o elementos de noticiabilidad se decide dejar sólo el valor noticia *proximidad* puesto que es, en realidad, el único que interesa realmente al objeto de este estudio. Aunque *a priori* parece obvio que todas las informaciones aparecidas en el relato deben responder a este valor noticia, puesto que se emiten en un informativo de proximidad, se decide mantener el análisis porque la prioridad de corresponsalía señalada para la delegación de RTVE en la Comunidad puede repercutir en los contenidos de la desconexión territorial.



la variable actores se decide limitar a los actores con voz. De este modo resulta más objetiva y fácilmente cuantificable.

Por último, para trabajar con los datos extraídos, se elabora una hoja de cálculo que recoge toda la información obtenida de las 105 unidades de análisis. A partir de ella se cruzan las cifras y se extraen los resultados que interesan al estudio.

#### *-Entrevista cualitativa*

Para contrastar e interpretar correctamente los datos que el estudio obtiene con el análisis de contenido del relato y sobre todo para obtener información de primera mano sobre las rutinas productivas, los medios y las características de los productos de proximidad analizados, se recurre a una técnica cualitativa especialmente adecuada en una investigación del ámbito periodístico: la entrevista.

La técnica de la entrevista aporta profundidad en el análisis, profusión de detalles y, sobre todo, la experiencia personal de los entrevistados, que son parte del objeto de estudio. Dicha experiencia personal es la vivencia de los protagonistas, de quienes han elaborado el producto analizado y de quienes fueron objeto y fuente de las informaciones. Su valor testimonial justifica la técnica escogida porque la información obtenida no figura en la mayor parte de casos en ninguna fuente bibliográfica y no puede ser recogida de ningún otro modo.

En esta investigación se incluyen 21 entrevistas<sup>21</sup>. Y en todas ellas el cuestionario se remitirá al entrevistado con antelación para que conozca el contenido de las preguntas.

Sin embargo, se decide realizar las entrevistas cara a cara, en el lugar elegido por los entrevistados, para evitar la rigidez del cuestionario cerrado y aprovechar la potencial información que ofrece la conversación directa. De hecho se opta, en todos los casos, por la realización de entrevistas semi-estructuradas. De esta manera el cuestionario sirve de base y guía para la entrevista, pero se deja una puerta abierta a formular nuevas preguntas que puedan surgir a raíz de las respuestas dadas por el sujeto.

---

<sup>21</sup> Además de las 20 entrevistas realizadas expresamente para este trabajo, en el Anexo 1 se incluye una entrevista 21 que corresponde a la realizada al delegado de RTVE en la Comunidad Valenciana para el estudio exploratorio que precedió a esta investigación. Se decide incluirla porque en ella el director de Aitana da las claves de funcionalidad de la delegación y alguna de sus respuestas resultan sustanciales para el objeto de análisis de esta tesis.

No obstante, no todas las entrevistas que se realizarán para este estudio están elaboradas del mismo modo. Es necesario diferenciar entre dos tipos.

*a. Entrevistas en profundidad*

La entrevista en profundidad «no es otra cosa que una técnica de obtener información, mediante una conversación profesional con una o varias personas para un estudio analítico de investigación o para contribuir en los diagnósticos o tratamientos sociales» (Ruiz Olabuénaga, 1996, p. 165).

La principal ventaja de esta técnica reside, según Wimmer y Dominick (1996, p. 158) en la «riqueza de detalles» que aporta.

Buscando esta riqueza de detalles, la investigación realiza entrevistas en profundidad a directivos y profesionales de Aitana y de Canal 9. El objetivo es conocer los medios y rutinas productivas de las dos cadenas. Las diferencias entre ambas vienen necesariamente condicionadas por estos dos elementos. De un lado, los medios humanos y técnicos de una y otra cadena no son comparables; de otro, los objetivos informativos de ambos medios difieren.

La entrevista en profundidad es también la técnica utilizada en este proyecto para interpretar cualitativamente la pérdida del valenciano como vehículo de transmisión de la información de proximidad y para profundizar en el modo de representar el territorio autonómico y en su valor simbólico.

*b. Entrevista estandarizada abierta*

A medio camino entre las técnicas cualitativas y cuantitativas, Miguel Vallés, siguiendo a Patton, define la entrevista estandarizada abierta como aquella «caracterizada por el empleo de un listado de preguntas ordenadas y redactadas por igual para todos los entrevistados, pero de respuesta libre o abierta» (Vallés, 1999, p. 180).

Además de las entrevistas en profundidad diseñadas por separado para los profesionales de los medios y los representantes de instituciones vinculadas con lengua y territorio, el estudio realiza una batería de entrevistas personales individuales a algunas de las fuentes de proximidad de escala autonómica más representativas de cada ámbito informativo.

La diferencia fundamental entre este grupo de entrevistas y las anteriormente expuestas estriba en el cuestionario. En este caso se diseña, siguiendo los parámetros marcados por Vallés, un cuestionario idéntico para todos los entrevistados de tal forma que los aspectos tratados por cada uno de ellos sean siempre los mismos y permitan por tanto elementos de comparación entre unos ámbitos y otros.

Las entrevistas se plantean igualmente como entrevistas semi-estructuradas, con preguntas abiertas y la posibilidad de ampliar o profundizar en los detalles que, en opinión del entrevistador, puedan ser relevantes.

El cuestionario se estructura en dos partes. En una primera parte se plantean cuestiones relativas al ámbito concreto de actividad del entrevistado, a su papel como fuente; en una segunda parte, se formula una batería de preguntas genéricas para que el entrevistado dé su opinión personal, no ya como fuente sino en tanto que ciudadano y receptor por tanto de la información de proximidad analizada.

#### *-Observación participante*

Por último, y ya al margen del diseño científico de esta investigación, se ha de tener en cuenta la Observación Participante. Schensul, Schensul y LeCompte (1999, p. 92) definen esta técnica como «el proceso de aprendizaje a través de la exposición y el involucrarse en el día a día o las actividades de rutina de los participantes en el escenario del investigador».

Wimmer y Dominick, en su análisis de la investigación científica en medios de comunicación, consideran que «hay una serie de problemas y cuestiones del mundo de los medios de comunicación que no se pueden estudiar por ninguna otra vía. La observación directa —señalan estos autores— ayuda a menudo a establecer una información de contextualización básica para encuadrar una hipótesis» (1996, p. 148).

Evidentemente no se habla aquí del uso de una técnica de investigación en sentido estricto. No obstante el punto de partida de este trabajo se apoya también en la observación participante que, sin voluntad ni diseño científico, realicé durante 20 años de trabajo en la sección Comunitat Valenciana de la redacción de informativos de Canal 9. Esa experiencia resulta en este estudio concreto muy provechosa porque como explican Wimmer y Dominick, «el estudio de observación resulta especialmente idóneo para el

conocimiento de los procesos de selección informativa en las redacciones de una televisión, dada la dificultad de cuantificar dicho proceso» (1996, p. 148).

Ello permite afrontar esta investigación con un conocimiento previo del objeto de estudio y con premisas claras en cuanto a las rutinas productivas y el producto ofrecido no sólo por este medio, sino también por los demás, que cubrieron las mismas noticias y al mismo tiempo.

Con esta observación como punto de partida, se formula una serie de hipótesis para confirmar con resultados de base científica y obtener las conclusiones que, gracias a los resultados cuantitativos del análisis de contenido y a las entrevistas realizadas llevan a un conocimiento más exacto del objeto de estudio.

El presente trabajo se estructura en cuatro capítulos. El primero de ellos se ocupa de conceptualizar la información de proximidad y detallar los fundamentos periodísticos, antropológicos, legislativos y políticos que la sustentan.

El segundo capítulo aborda los antecedentes de la información de proximidad en la televisión pública de la Comunidad Valenciana. Se hace un repaso histórico detallando tanto los modos de producción como el producto de proximidad ofrecido por Canal 9 y Aitana.

El tercer capítulo analiza pormenorizadamente la situación durante el periodo 2014 y 2015, tras el cierre de la televisión autonómica, desde el punto de vista del medio, del producto y de las fuentes.

Por último en el cuarto capítulo se exponen con detalle las conclusiones de la presente tesis.

## I

### FUNDAMENTOS GENERALES

- 1. Fundamentos periodísticos**
- 2. Fundamentos antropológicos**
- 3. Fundamentos legislativos y jurídicos**
- 4. Fundamentos políticos**



## **CAPÍTULO I. FUNDAMENTOS GENERALES**

Analizar el panorama de la información audiovisual de proximidad que se ofrece desde los medios públicos en la Comunidad Valenciana, exige un trabajo previo de fundamentación teórica para entender la importancia de este tipo de información y su valor como instrumento de desarrollo y cohesión social.

El primer capítulo de este trabajo se centrará en la exposición de los fundamentos que sustentan la información de proximidad, objeto de esta tesis, y su relevancia social y política.

Se entiende aquí como fundamentos las bases irrenunciables que justifican la necesidad de la información de proximidad y de un medio público *ad hoc* que pueda ofrecerla.

La información de proximidad y su necesidad social hunde sus raíces en cuatro pilares fundamentales: periodísticos, antropológicos, legislativos y políticos.

En el epígrafe uno se definirá el concepto de información de proximidad y se concretará el ámbito a que se ciñe este trabajo, se abordarán las bases periodísticas de lo próximo y se hará un repaso al sistema público de proximidad tal y como está configurado en Europa y en España.

El epígrafe dos se ocupará del segundo pilar: el antropológico, de carácter universal. Como se afirma, citando a Barthes, al comienzo de este trabajo, «no hay ni ha habido jamás un pueblo sin relatos». En este capítulo se explicará porque esto es así para todas las sociedades y se profundizará en el soporte cultural de la información de proximidad.

El epígrafe tres detallará el tercer pilar: el legislativo. Partiendo del mandato básico impuesto por la Constitución y el Estatuto de Autonomía, se repasará toda la legislación que sustenta el servicio de información de proximidad tanto en materia audiovisual como en el ámbito de la defensa y la recuperación de la lengua propia.

Por último, el epígrafe cuatro de este capítulo abordará los fundamentos políticos, el cuarto pilar. Se expondrá la función que desempeña la televisión de proximidad como

instrumento básico para la formación de la opinión pública y como tribuna de opinión y debate para los diversos colectivos y sectores sociales.



## 1. Fundamentos periodísticos

### 1. Fundamentos periodísticos

1.1. La información de proximidad

1.2. Globalización y televisión de proximidad

1.3. La televisión de proximidad en España

1.3.1. Las desconexiones territoriales de TVE: ventana de proximidad

1.3.2. Televisión autonómica: la televisión espejo

### 1.1. La información de proximidad

La información de proximidad es, básicamente, aquella que se refiere al entorno más cercano, la que recoge «las vivencias directas de los ciudadanos, sus aspiraciones, necesidades y experiencias cotidianas» (Esteve y Fernández del Moral, 2007, p. 75). Por ello, el medio de proximidad —explica Monreal—, «recoge los aspectos identitarios de la sociedad local, no sólo informa del ámbito local sino desde el ámbito local» (Cebrián y Mirón (coord.), 2013, p. 45). En ese sentido, el territorio como geosímbolo y la identidad y rasgos culturales propios de una sociedad configuran los contenidos de proximidad de cualquier medio, hasta el punto de que, como defienden López y Maciá, «en la información de proximidad, donde se aplica la focalización a lo inmediato, muchas veces predomina el criterio geográfico sobre el temático o, como mínimo, conviven los dos y se reparten el espacio/tiempo en los productos informativos» (2007, p. 102).

La información de proximidad está en el origen del periodismo y es, aún hoy, en la sociedad globalizada, una de las especialidades que más interés despierta en el ciudadano y que más directamente repercute en su vida diaria.

Ésta se ha convertido en vital para que hombres y mujeres puedan participar en la vida de la comunidad, es decir, para que dispongan de los datos útiles que hagan posible una

verdadera integración como miembros de esa comunidad en las localidades donde desarrollan buena parte de su actividad (López y Maciá, 2007, p. 9).

La información de proximidad se caracteriza, según Esteve y Fernández del Moral (2007, p. 82) por:

1. Periodicidad: ha de ser constante y regular, de tal modo que permita el seguimiento de los hechos noticiosos.
2. Proximidad: la relación de cercanía entre las fuentes y el destinatario final es mayor que en el resto de áreas informativas. Esto facilita el interés recíproco.
3. Lenguaje familiar: en este tipo de información se acostumbra a emplear un lenguaje cercano, utilizando expresiones características de la zona y, cuando existe, la lengua propia. Eso facilita la conexión y complicidad entre emisor y receptores.
4. Función de servicio: la información se orienta para la acción en la comunidad en la que vive.
5. Pluralismo: la cercanía y trato directo con las fuentes permite una menor dependencia de las agencias y favorece la diversidad de contenidos.

Estas características son comunes a cualquier información de proximidad. Sin embargo, más allá de las consideraciones genéricas, la definición de información de proximidad engloba diferentes ámbitos geográficos. Como explica Julio Monreal, «se puede entender por debajo de los límites de un municipio (barrios), pero también por encima (comarcas y regiones o autonomías)» (Cebrián y Mirón (coord.), 2013, p. 45). Teniendo en cuenta esto, se debe clasificar la información de proximidad, según la escala geográfica a que se refiere. Esteve y Fernández del Moral (2007, p. 79) establecen la siguiente clasificación:

1. Información local
2. Información comarcal
3. Información regional o autonómica

En este estudio se entenderá como información de proximidad la referida al ámbito autonómico, puesto que es ésta la escala de cobertura del análisis y los medios de que se va a tratar tienen dicha escala como territorio de referencia.

No obstante, ello no significa que no pueda darse la información de proximidad de escala inferior en medios del ámbito autonómico o nacional. Los tres subgrupos informativos

caben en los medios de cualquier ámbito —nacional, autonómico, comarcal o local—, sin embargo, las posibilidades de ofrecer cada tipo de cobertura no son iguales para todos. Como argumenta Monreal:

Para una cadena de televisión de ámbito nacional ninguna noticia de las que tenga cabida en un boletín tendrá carácter local, por su dificultad para bajar al análisis detallado de un hecho y porque la noticia carecería de interés para una buena parte del público, la no afectada directamente por lo sucedido (Cebrián y Mirón (coord.), 2013, p. 45).

Sólo esporádicamente la información de proximidad saltará a un medio nacional pero lo hará con una cobertura episódica, más centrada en la anécdota o el impacto informativo inmediato que en el seguimiento en profundidad del hecho noticioso.

Aun así, hay que coincidir con López y Maciá (2007, p. 31) en que «la información ligada al territorio, en sus diversas modalidades —prensa local, comarcal, intercomarcal, provincial o regional, según los casos— ha ganado terreno a costa de la información general».

Resulta aparentemente paradójico, pero en una sociedad globalizada cada vez interesa más la información de proximidad. Como explica Xosé López (2004, p. 121), «el usuario de mensajes quiere reconocerse en la información, autoafirmarse e identificarse, para lo que encuentra un campo ideal en los medios de proximidad».

## **1.2. Globalización y televisión de proximidad**

Partiendo de la idea foucauliana de que el discurso crea y define la realidad, quien transmita el discurso será quien configure, en un sentido u otro, esa realidad. En la sociedad del *homo videns* (Sartori, 2012), donde aquello que no se ve no existe, la televisión desempeña un papel preeminente como transmisor de valores y es, por tanto, sustancial en cualquier política cultural. Pierre Bourdieu (1998, p. 20), de hecho, define la televisión como un «colosal instrumento de mantenimiento del orden simbólico». Sobre ella «gravitan —en palabras de Monzonillo— la totalidad de las industrias culturales y al mismo tiempo articula la cultura como universo simbólico de estructura de valores» (citado en Vacas, 2000, p. 37).

El proceso de globalización ha generado un notable incremento de los flujos de personas, de capitales, de tecnologías, y como no, de información. En el ámbito de los medios de comunicación esa fluidez de transmisiones —la inmersión en la era digital— provoca una creciente homogeneización de formatos, de estructuras, incluso de contenidos informativos. Fuentes globales compartidas a lo largo y ancho del planeta generan agendas idénticas e idénticas imágenes.

Sin embargo, la mundialización de la información convive paradójicamente con un creciente interés por lo local. El fenómeno de la «glocalización»<sup>22</sup>, del que se hablará más adelante, consolida los mercados publicitarios regionales y locales, y la creciente descentralización institucional pone en valor los espacios comunicativos de proximidad. De ello se deriva la necesidad de «prestar atención a los intereses y realidades de un entorno concreto, y crear un medio propicio para la participación ciudadana» (Miguel de Bustos y Casado (coords.), 2012, p. 92). De tal manera que, en las últimas décadas, hemos asistido «a una indiscutible expansión de las experiencias de televisión de proximidad» (Vacas, 2000, p. 23; Moragas, Garitaonaindía y López, 1999, pp. 15 y ss.).

López define la televisión de proximidad como aquella que «se dirige a una comunidad humana de tamaño pequeño o mediano, delimitada territorialmente, con contenidos relativos a su experiencia cotidiana, a sus preocupaciones y problemas, su patrimonio lingüístico, artístico y cultural, y su memoria histórica». En definitiva, contenidos próximos producidos *in situ* (en Vacas, 2000, p. 172), con independencia de que, lo que durante la era *broadcasting* fue territorio de difusión ahora es tan sólo territorio de referencia, puesto que las nuevas tecnologías permiten que la difusión, en la sociedad de la información, sea global. Varía, pues el ámbito de difusión pero el concepto de proximidad se mantiene intacto.

El concepto de proximidad aplicado a la televisión tiene que ver con la idea de que entre la emisora y sus receptores existe un escenario de experiencias compartidas, cosa que, en definitiva, se verá reflejada en los contenidos de la programación. La principal concreción de este pacto de proximidad, o complicidad entre la audiencia y la emisora, es la atención preferente que estas televisiones prestan a los contenidos informativos relativos al propio territorio de referencia. (Moragas, Garitaonaindía y López, 1999, p. 19)

---

<sup>22</sup> Neologismo con el que se señala el fenómeno creciente de integración entre lo global y lo local.

El proceso de descentralización televisiva se ha desarrollado de manera más o menos simétrica en toda Europa. Sin embargo, las motivaciones han sido múltiples: la descentralización administrativa —caso de los Lander alemanes o las televisiones autonómicas españolas—, el multilingüismo —Bélgica o algunas autonomías españolas—, la defensa de tradiciones, cultura e identidades propias —en las autonomías españolas, Gales, o algunas zonas de Irlanda—. Incluso en estados como Gran Bretaña fue la aparición de la televisión comercial lo que generó el impulso descentralizador en su búsqueda de beneficios (Moragas, Garitaonandía y López, 1999, pp. 20 y ss.) (Fernández Soriano, 1999, p. 62).

En líneas generales, el desarrollo de la televisión de proximidad corre paralelo a la descentralización política y administrativa, de modo que las televisiones autonómicas —en el caso español— nacen con un claro compromiso de servicio público y con una función fundamental: vertebrar el territorio y poner en valor la lengua e identidad propias de cada autonomía. En palabras de Azurmendi, Manfredi y López, «asumir la función de manifestar y consolidar una expresión audiovisual propia, configurante de un sentimiento cultural-social compartido en una Comunidad Autónoma concreta» (en Miguel de Bustos y Casado (coords.), 2012, p. 92).

Estas prioridades se han traducido en la preeminencia del género informativo, que se ha convertido en básico, y durante unas décadas casi sinónimo, de cualquier experiencia de televisión de proximidad. En la actualidad, el tradicional formato *hard news* —telediarios clásicos— coexiste con muchos otros que asumen de igual modo esa «atención preferente a los contenidos informativos relativos al propio territorio de referencia». Tertulias, reportajes, debates de actualidad, *magazines*... todos ellos recogen igualmente el relato próximo de la sociedad que reflejan y lo hacen desde la complicidad y la comunidad de vivencias entre productores y público. Como se verá más adelante, éste es uno de los aspectos que más se destacan entre los entrevistados. En estos espacios la información de proximidad es, ante todo, cotidiana, cómplice e identitaria.

La información de proximidad en televisión es anterior desde luego al surgimiento y desarrollo de los diferentes sistemas de televisión de proximidad. En toda Europa las grandes cadenas nacionales abrieron, casi desde sus inicios, pequeñas franjas informativas para las emisiones específicamente regionales. Pero se trataba de una información esquemática, escasa y planteada con pocos medios y como un objetivo secundario. La

puesta en marcha de las primeras televisiones de proximidad —locales y regionales— asume como compromiso básico «la atención preferente a los contenidos informativos relativos al propio territorio de referencia» (Moragas, Garitaonaindía y López, 1999, p. 19). Esa priorización y la existencia entre emisor y receptores de un «escenario de experiencias compartidas» marcan la diferencia sustancial entre las dos maneras de informar la proximidad.

El primero en hacer hincapié en esta diferencia de planteamiento fue Pierre Musso en 1991. El investigador francés establece una tipología que distingue entre los que él llama «medios espejo» y «medios ventana». Mientras los primeros se constituyen en *reflejo* de la realidad inmediata, la más próxima, con una programación completa e independiente, los segundos se limitan a abrir una ventana de proximidad dirigida a un espacio regional o local, dentro de una programación generalista de cobertura nacional (Moragas, Garitaonaindía y López, 1999, p. 24).

Moragas, Garitaonaindía y López (1999) señalan múltiples ejemplos en toda Europa de uno y otro modelo. En el caso español, las televisiones autonómicas se constituyen en claro exponente del primer grupo mientras las desconexiones territoriales de Televisión Española se enmarcan en el segundo.

### **1.3. La televisión de proximidad en España**

Como se avanza en el epígrafe anterior, el concepto de proximidad en televisión engloba múltiples niveles de concreción. Su ámbito de referencia va desde lo local a lo regional, pasando por numerosas experiencias de ámbito comarcal. Y su titularidad, inicialmente pública, responde ahora a numerosas fórmulas, públicas, privadas o híbridas. Todos estos niveles están presentes en el panorama de la proximidad audiovisual en España. De hecho, Moragas, Garitaonaindía y López califican de «espectacular» la transformación experimentada por el sistema televisivo español, que, según estos autores «ha pasado de un sistema rígidamente centralizado, con un solo actor de ámbito estatal a una situación en que los niveles regional y local presentan una gran cantidad de experiencias y constituyen un referente ineludible» (Moragas, Garitaonaindía y López, 1999, p. 147).

La aproximación de este estudio se centrará en la información de proximidad concebida como información del ámbito regional —que viene, en este caso, marcado por la descentralización autonómica del estado español—. Y de titularidad pública. En primer lugar porque la función de servicio público para la que nacen estos medios casa mal con la lógica del mercado. Por otro lado, no hay durante 2014 y 2015 —años de análisis— ninguna experiencia de televisión privada con cobertura en todo el territorio autonómico de la Comunidad Valenciana<sup>23</sup>.

Las televisiones autonómicas son el medio por excelencia para producir este tipo de televisión de proximidad, sin embargo, no podemos olvidar que en España, como en buena parte de países de nuestro entorno europeo, el punto de partida de la televisión de proximidad está en la «televisión-ventana» que se abrió desde los grandes canales públicos nacionales y más tarde también desde algunos privados.

### *1.3.1. Las desconexiones territoriales de Televisión Española: ventanas de proximidad*

Las delegaciones territoriales de Televisión España son el germen de la televisión de proximidad en nuestro país. Su creación, paulatina desde la segunda mitad de la década de los sesenta, traslada por primera vez a la pantalla el ámbito «de proximidad». Y aún hoy, sigue haciéndolo.

Sin embargo, esa *proximidad* nace como función residual y se limita desde el principio, y aún ahora, a un relato esquemático, incompleto y poco cotidiano. Es, en definitiva, el paisaje de proximidad que cabe en la pequeña ventana de veinticinco minutos que ocupa la desconexión territorial.

El punto de partida del proceso descentralizador de Televisión Española hay que buscarlo en la puesta en marcha, en 1959, del centro de producción de Barcelona, en Miramar. Le sigue Canarias, que nace en 1964 también como centro de producción de programas. Cinco años después, en abril de 1969, se inauguran los primeros centros territoriales en Valencia, Sevilla, Bilbao, Oviedo y Santiago de Compostela. Las demás delegaciones

---

<sup>23</sup> Sí son múltiples las cadenas de televisión local y comarcal que se desarrollan desde la iniciativa privada y trabajan en el intento de crear redes de carácter autonómico basadas en la coordinación de las diferentes televisiones locales. Y, a diciembre de 2014, existían al menos dos proyectos, aún en gestación, de televisión de ámbito autonómico y titularidad privada. Pero aún ninguno de ellos ha comenzado a emitir cubriendo la totalidad del territorio, de manera que sus contenidos se ciñen al ámbito local en que se producen y a algunas pinceladas de información de ámbito autonómico, sobre todo en el caso de cadenas locales o comarcales que emiten desde la ciudad de Valencia. La audiencia de todas estas cadenas resulta, además, residual.

territoriales de Televisión Española se irán creando a lo largo de los años 70 y 80 para dotar de una red de cobertura regional al *Telediario*. Dicha red se completa en 1985 con el acuerdo de TVE para poner en marcha los centros de Extremadura y la Rioja<sup>24</sup>.

Los centros territoriales nacen en definitiva con una función de corresponsalía y una prioridad: dar servicio al *Telediario* en la cobertura de aquellas informaciones de interés nacional que se generen en el territorio de la delegación (Palacio, 2005). Subalternamente elaboran un informativo, de aproximadamente media hora, con material de proximidad que se emite exclusivamente para el territorio en que se produce. Es lo que Moragas, Garitaonandía y López (1999) denominan «televisión descentralizada».

Sin embargo, la descentralización legal de Televisión Española no se dará hasta que, en 1980, el Estatuto de la RTVE asigna a los centros territoriales «unas funciones determinadas para la organización territorial que se estaba creando con el Estado de las Autonomías». Curiosamente estas funciones coinciden casi totalmente con las que deben desempeñar las incipientes televisiones autonómicas (Reig Cruañes, 1990, p. 33).

El nacimiento de las primeras televisiones autonómicas se convirtió, de hecho, en un punto de inflexión para los centros territoriales de Televisión Española. Durante unos años, los diferentes directores de la cadena nacional ensayaron paulatinos incrementos del tiempo y el volumen de programación de sus desconexiones territoriales. Se anticipó su horario de emisión a las 13:30 horas. Se incluyó un *Avance Informativo* a las ocho y cuarto de la mañana e incluso se valoró ampliar las emisiones a los sábados y domingos.

Sin embargo, pronto todos aquellos cambios fueron suprimidos en una muestra de que, como defendió Maneiro, director de informativos de la Televisión Autonómica Gallega en 1990, «el ente [TVE] no ha tenido nunca una idea clara o una definición inequívoca de las funciones de los centros regionales de Televisión Española» (*Jornadas sobre el papel de la televisión estatal en las Comunidades Autónomas*, 1990, p. 37). No en vano, fueron múltiples los foros que analizaron la función de dichos centros, o más bien de los informativos de proximidad que emitían, en aquellas comunidades que comenzaban a contar con «espejos audiovisuales». En uno de aquellos foros, las *Jornadas sobre el papel de la televisión estatal en las comunidades autónomas*, celebradas en Valencia en 1990, José Luis Agudo, delegado entonces de Televisión Española en la Comunidad

---

<sup>24</sup> Pese a este acuerdo ambos centros tardarían aún varios años en ser una realidad. Sus emisiones se hacen esperar hasta 1988.



Valenciana, argumentaba: «los Centros Territoriales de Televisión Española son necesarios. Cumplen la doble misión de llevar la actualidad de su comunidad al resto de España y ofrecer a su audiencia autónoma temas y noticias que sólo pueden ver si nos sintonizan» (1990, p. 91).

De alguna manera, aquella función de visibilidad que esgrimía Agudo la asumieron igualmente las televisiones autonómicas, al unirse en la FORTA, de tal modo que los centros territoriales y sus informativos fueron considerados por muchos como «televisión residual» e incluso se recordó la «transitoriedad» que los diferentes estatutos de autonomía atribuyen a su función —en tanto no se creen los medios autonómicos *ad hoc*—.

Con los años y la consolidación del sistema descentralizado de proximidad, la función de dichos centros territoriales volvió a centrarse en la atención informativa al *Telediario* y otros programas del ámbito estatal de la cadena.

### *1.3.2. Televisiones autonómicas: la televisión espejo*

La red de televisiones autonómicas se desarrolla en España al amparo del proceso descentralizador de la Constitución. En palabras de Albornoz y Cañedo, «los terceros canales nacen con un objetivo legitimador que está por encima del de la normalización lingüística: la construcción del Estado de las Autonomías» (Marzal, J. (ed.), 2015). Vertebración del territorio, construcción de la identidad cultural propia y atención a la realidad próxima son los tres ejes en torno a los cuales pivotan estas cadenas. Nacen, pues, fundamentalmente, con una misión de servicio público, de tal manera que se construyen, básicamente, como televisiones públicas.

El concepto «televisión espejo» se reproduce en ellas a la perfección. Desde la puesta en marcha de la primera —Euskal Telebista— en 1982, los diferentes canales autonómicos se configuran como canales generalistas. La ficción nacional e internacional está presente en sus parrillas de programación desde el principio (aunque desde luego coexiste con producción propia de carácter más próximo) y los informativos no se plantean en ninguna de ellas como informativos de proximidad sino como informativos generalistas. Incluyen, eso sí, un amplio bloque de proximidad y, en el caso de las comunidades con lengua propia, se emiten fundamentalmente en dicha lengua, de manera que tiñen la información nacional e internacional con su identidad cultural.

Las televisiones autonómicas, a lo largo de los últimos 30 años, han establecido claras sinergias con las sociedades que reflejan. Su programación, especialmente la de carácter informativo, se ha convertido en estímulo social y generador de dinámicas informativas básicas para la ciudadanía y las fuentes de proximidad. La posibilidad de contar con un medio propio —volviendo a aquel «es la nostra» del que ya se ha hablado— ha dotado de un notable incremento de visibilidad a un buen número de instituciones y sectores sociales y económicos propios que hasta ese momento habían tenido una visibilidad en medios, sobre todo en medios audiovisuales, muy limitada. Y se han constituido además en reflejo de una unidad territorial supralocal que hasta ese momento quedaba algo difusa en los medios de comunicación. «Nos permitió —confirma uno de los entrevistados, hablando de la función de la televisión autonómica— caer en la cuenta de que participábamos de características comunes. Ha servido como elemento coordinador. Ha permitido visibilizar una realidad por encima de lo local [...]» (Andrés de Sales Ferri. Entrevista 4).

Inicialmente, la tipología establecida por Moragas, Garitaonandía y López (1999, p. 23) las considera «televisión independientes de cobertura específicamente local». Eso ha variado con los años y la revolución de la tecnología digital, de tal modo que hoy en día la mayor parte de ellas son «televisión regionales independientes con cobertura suprarregional, nacional o internacional». Han dejado de emitir sólo para su territorio de referencia y cuentan con canales vía satélite que se reciben en toda Europa (incluso en algún caso en América).

El desarrollo de la red de proximidad audiovisual que conforman las televisiones autonómicas es en realidad un proceso que abarca ya tres décadas y ha pasado por diferentes fases.

El germen se encuentra en el texto constitucional y los estatutos de autonomía —junto con un tejido social que pedía un espejo en el que reconocerse, más allá de lo esquemático—. Sin embargo, el primer paso efectivo se da desde el País Vasco. Sin esperar a un marco legal<sup>25</sup> que posibilitara la puesta en marcha de los canales autonómicos, esta comunidad autónoma opta por los hechos consumados y pone en

---

<sup>25</sup> El marco legal vendría dado, a posteriori, por la Ley del Tercer Canal, que se aprueba poco después de inaugurarse ETB y TV3. Dota así de soporte legal a unas emisiones consolidadas por vía de hechos consumados.

marcha en 1982 Euskal Irrati Telebista (ETB), la primera radiotelevisión autonómica del Estado español.

A su nacimiento sigue de manera casi inmediata el inicio de las emisiones de la Corporación Catalana de Ràdio y Televisió (TV3) en Cataluña, en 1983. Y aún en este mismo periodo, en 1985, comienza a emitir la Televisión de Galicia (TVG). Ellas conforman la primera fase de la descentralización televisiva. Se trata en todos los casos de comunidades históricas con lengua y cultura propias. De hecho la voluntad de recuperación de esas señas de identidad está en el origen de los tres proyectos (Moragas, Garitaonandía y López, 1999).

La segunda fase del proceso supone el asentamiento de los terceros canales y se corresponde con la creación de los entes de Andalucía (1987), Madrid y la Comunidad Valenciana (1989). Las tres cadenas nacen con una vocación regional y de proximidad, a pesar de que sólo la Comunidad Valenciana cuenta con lengua propia. De hecho, la normalización lingüística se convertirá para Radio Televisión Valenciana en uno de los objetivos que justifica la puesta en marcha y el sostenimiento de la cadena autonómica.

Durante casi una década, el mapa de las televisiones autonómicas se mantiene en esas fronteras. Constituyen lo que se ha dado en llamar el «grupo histórico» (Miguel de Bustos y Casado (coords.), 2012, p. 34), seis cadenas que van incorporando el segundo y hasta el tercer canal, que se aglutinan en el seno de la FORTA y que consolidan un sistema descentralizado de televisión pública, muy alejado del monopolio centralizado del que partía el país cuando se inició el proceso de creación de estos canales.

Sin embargo a partir de 1999, coincidiendo con la revolución digital, se inicia una tercera oleada de proyectos autonómicos de televisión. Y en este caso, la característica básica del periodo será, paradójicamente, la heterogeneidad de dichos proyectos.

La primera de estas últimas es la Televisión Canaria, que comienza a emitir en agosto de 1999 con un nuevo modelo de gestión parcialmente externalizado. Le seguirá, en diciembre de 2001, la Televisión de Castilla-La Mancha. Y ya en 2005, la Televisión de les Illes Balears, conocida como IB3, que comienza a emitir en mayo de ese año; la Corporación Extremeña de Medios de Comunicación, en noviembre; y la del Principado de Asturias, en diciembre de 2005. En 2006 se unirán a este grupo las corporaciones de

Murcia y Aragón. En 12 años nacerán siete cadenas autonómicas que pondrán en marcha hasta 27 canales.

En todo caso, los argumentos legales para la puesta en marcha de este grupo de entes son, según Guimerà y Blasco, «una mezcla de las razones aducidas por las televisiones de la primera y segunda fase» (en Miguel de Bustos y Casado (coords.), 2012, p. 44). Y frente a la titularidad y gestión públicas de aquellas, en esta tercera fase la gestión pasa a estar mayoritariamente externalizada. No sólo la televisión canaria, también las de Murcia, Aragón o Extremadura adoptarán este modelo de gestión. En general, se define el modelo de esta tercera generación de televisiones autonómicas como «de costes bajos y programación externalizada» [Zallo, Ramón en (Marzal, Izquierdo y Casero (eds.), 2015)]

Aun así, la defensa de la historia y territorio para el cual emiten continua estando en el argumentario de la mayor parte de estos entes, y la proximidad sigue siendo, en todos ellos, eje básico de la programación.

A día de hoy sólo en cuatro comunidades autónomas, todas sin lengua oficial propia<sup>26</sup>, no ha habido nunca un medio de televisión público de ámbito autonómico. Se trata de Cantabria, La Rioja, Castilla León y Navarra.

Curiosamente, en las dos últimas se han puesto en marcha iniciativas privadas. En 2009 comienza a emitir Televisión Castilla y León, que desde sus inicios cuenta, pese a ser un medio privado, con una comisión de seguimiento similar a las de los medios públicos, compuesta por el gobierno castellano-leonés y los grupos políticos con representación parlamentaria. Por su parte, Navarra Televisión sale al aire en 2012 y dispone en estos momentos de dos cadenas.

---

<sup>26</sup> El caso de Navarra es un tanto especial. Pese a que el euskera no se considera legalmente lengua oficial, sí lo es en parte de su territorio. Hasta el apagón analógico contaba con la cobertura de Euskal Telebista. Sin embargo, ese proceso de implantación de la TDT suprimió por razones legales esta cobertura. En 2015 ambos gobiernos negocian para que de nuevo la señal de la autonómica vasca llegue a la comunidad vecina.

## 2. Fundamentos antropológicos

### 2. Fundamentos antropológicos

2.1. El sentimiento de pertenencia: un rasgo humano característico

2.2. El interés por la proximidad: un universal antropológico

2.3. La identidad: constructo cultural

La atención a la proximidad y la identidad cultural es la principal razón de ser de los medios públicos de ámbito regional.

Ser una televisión de identidad significa sobre todo asumir la función de manifestar y consolidar una expresión audiovisual propia, configurante de un sentimiento cultural-social compartido en una Comunidad Autónoma concreta. Ser una televisión de proximidad implica una misión pública: prestar atención a los intereses y realidades de un entorno concreto, y crear un medio propicio para la participación ciudadana (Miguel de Bustos y Casado (coords.), 2012, p. 92).

Esta doble función se sustenta en una serie de fundamentos antropológicos. El sentido de pertenencia, como rasgo humano del que parten los conceptos de identidad y proximidad, y el significado y connotaciones culturales de estos dos conceptos serán objeto de análisis en este capítulo.

### 2.1. El sentimiento de pertenencia: un rasgo humano característico

El ser humano tiene la necesidad característica de sentirse ubicado en el mundo. La percepción de *ser-ahí* del pensamiento existencialista es lo que permite al hombre ser y reconocerse.

Durante la realización de las entrevistas que se han elaborado para este trabajo, una de las expresiones que más se repite entre los entrevistados es *la nostra*, en alusión a Radiotelevisión Valenciana. Esa respuesta emocional obedece en último término a una necesidad universal: la necesidad de pertenencia.

La motivación de pertenencia supone, según Helizalde, Martí y Martínez (2006) la voluntad de reconocer y ser reconocido por los semejantes, de sentirse arraigado en lugares e integrado en redes y grupos sociales.

En el campo de la psicología, el estudio de las motivaciones ha venido utilizando diferentes términos para explicar esta misma pulsión: «de pertenencia, de control del entorno, de relación».

Maslow, psicólogo humanista norteamericano, la incluye, en su teoría jerárquica de la motivación humana, entre las necesidades afectivas o sociales, en el punto intermedio de su escala motivacional (Maslow, 1991). Él plantea que, una vez satisfechas «razonablemente» las necesidades fisiológicas y de seguridad, el ser humano necesita y desea el contacto con los otros, la identificación y la aceptación de su entorno, necesita reconocerse en los que le rodean. Hemos olvidado —argumenta Maslow— nuestras profundas tendencias animales a la manada, al rebaño, a unirnos, a pertenecer. Cualquier sociedad buena debe satisfacer esta necesidad, de una u otra manera, si ha de sobrevivir y ser sana (1991, p. 29).

En la actualidad numerosos autores han revisado, desde el cognitivismo, la teoría de las motivaciones. Deci y Ryan sugieren que el ser humano posee necesidades innatas asociadas con la competencia y el control del entorno (1985). De hecho, la necesidad de amor y el sentido de pertenencia que propone Maslow son muy parecidos a la necesidad de relación de estos autores (Palmero F. (coord.), 1997).

La necesidad de pertenencia no es, en definitiva, un constructo cultural. Se trata de una pulsión anterior al hecho cultural y vinculada básicamente con lo que Fernández-Abascal llama «determinante de crecimiento» (2008), esto es, el deseo intrínseco de cualquier ser humano de desarrollar todo su potencial, de ser completo en un entorno. El objetivo último es lograr una manera eficaz de estar en el mundo. Y es precisamente esta motivación la que encontramos en el origen de dos conceptos sustanciales para este estudio: la proximidad y la identidad.

## 2.2. La proximidad: un universal antropológico

Esa necesidad puramente práctica de controlar nuestro entorno está en el origen del interés que siempre despertó, y sigue despertando la proximidad.

Desde el uso común, la Real Academia de la Lengua define lo próximo como «lo cercano, aquello que dista poco en el espacio o en el tiempo». Y esa proximidad interesa al ser humano. El interés por lo próximo se ha dado siempre y en cualquier cultura porque lo próximo nos afecta de manera directa, repercute en nuestro día a día.

Las entrevistas realizadas para este estudio generan de hecho unanimidad en las respuestas acerca de este interés.

[...] me interesa —reconoce uno de los entrevistados— saber qué pasa en mi entorno más cercano, qué pasa en mi comunidad, si ha habido algún cambio en la legislación, en la meteorología o en el medio ambiente, por ejemplo, desde cualquier punto de vista (Joan Carles Fortea. Entrevista 16).

La proximidad interesa, sigue interesando sea cual sea la amplitud y accesibilidad del mundo porque como afirma otro de los entrevistados:

Si uno pierde la conexión con lo que está ocurriendo a su alrededor, eso sólo puede provocar patologías en el terreno personal, disfunciones en la actividad social, y desde luego, problemas estructurales en lo económico, en lo institucional... Es imprescindible (Vicente Pizcueta. Entrevista 12).

Hablar de proximidad en sentido espacial, es decir, proximidad física, significa hablar de territorios de proximidad.

La teoría de los territorios apilados<sup>27</sup> establece una escala territorial en términos topográficos que va de lo más próximo, de lo más concreto, a lo más general y abstracto. Así, se parte de la casa para salir al barrio, la ciudad, la región y lo que esta teoría llama «el vasto mundo». La región se configura en esta escala como bisagra entre los espacios próximos, los más vividos, también llamados «territorios de identidad», y los espacios abstractos, los más extensos, que no permiten la vivencia directa. Pero, como todo territorio —defiende Gilberto Giménez— la región no constituye un dato *a priori* sino un

---

<sup>27</sup> La teoría de los territorios apilados fue inicialmente planteada por el geógrafo francés Yves Lacoste. Concibe los diferentes niveles territoriales como una serie de planos superpuestos que van de lo local a lo planetario.

constructo resultante de la intervención de poderes económicos, políticos o culturales del presente o del pasado (Giménez, 1999, p. 39).

Es ese espacio bisagra configurado por la historia, la cultura y los poderes políticos y económicos el que interesa a este trabajo, en tanto que coincide con el concepto de información de proximidad que el estudio maneja y con la configuración que, como se verá en el próximo capítulo, la Constitución diseña para las Comunidades Autónomas.

Dicho espacio regional se configura en la escala de los territorios apilados como la frontera de los territorios de proximidad. Eso significa a grandes rasgos que es el más extenso de los que permiten la vivencia concreta y por tanto la cotidianeidad. Sin embargo, en general no resulta sencillo definirlo, precisamente por su condición de espacio intermedio que no alcanza el grado de inmediatez de lo local o lo doméstico pero se mantiene fuera del ámbito de los espacios abstractos.

La región —explica Giménez— se caracteriza internamente por una «dialéctica de unidad y de diversidad». Se nos manifiesta como un «haz de micro-regiones» —locales—, con características y vivencias propias, que al tiempo, comparten un sustrato y cotidianeidad comunes. Dicho sustrato puede traducirse en muchos sentidos distintos —poso histórico común, características geográficas o socio-económicas, administración política común, representaciones de futuro o lengua— pero es en cualquier caso configurador de un todo con que los individuos pueden sentirse identificados.

Sin embargo, en la actualidad ese «todo» no puede considerarse como un todo estanco. Josep Vicent Boira, doctor en geografía y actual secretario autonómico de Vertebración del Territorio, lo explica así:

Antiguamente estaba muy clara la estructura local, regional, nacional e internacional. Pero eso ya no existe. Esa es una vieja estructura. Es una jerarquía de territorios que hoy ya no se da. Las identidades y los territorios están mucho más mezclados, son más fluidos. Un aspecto local puede estar influido por efecto global (Josep Vicent Boira. Entrevista 2).

En la aldea global se da efectivamente la paradoja de que, al tiempo que avanza el proceso de mundialización, cobra fuerza lo más próximo, lo cotidiano, que es, en realidad, el ámbito donde se materializa lo global. En ese contexto globalizador, «las personas —defiende Moragas— buscan en su comunidad inmediata las señas de



identidad propias y genuinas, que les puedan ayudar a afrontar la complejidad y la hibridación crecientes» (1999, p. 17).

En ese sentido, la proximidad no es sólo proximidad física. Nos es próximo lo que está cerca físicamente pero también aquello que lo está culturalmente, en tanto que, como explica Colavidas, «todo espacio tiene un valor político» (citado en Muñoz, 2010, p. 341). El territorio regional es un gran «proveedor de referentes simbólicos», con capacidad para ejercer como «espacio de distribución de la cultura etnográfica» (Giménez 1999, p. 35). Proximidad e identidad son por tanto dos conceptos íntimamente unidos.

En este estudio se considerará la proximidad en un sentido topográfico, como proximidad física, en tanto que al definir las Comunidades Autónomas el texto constitucional habla de «provincias limítrofes», esto es, de territorios de proximidad. Pero también como proximidad simbólica, es decir, como proximidad —identidad— cultural, puesto que eso son, ni más ni menos, las «características históricas y culturales comunes» de que habla la Constitución al referirse a las Comunidades Autónomas.

### **2.3. La identidad: constructo cultural**

El concepto de identidad tiene que ver con lo que soy dentro del grupo, con mi conciencia de mí mismo aquí y ahora. Esa autoconciencia es inseparable de mi conciencia del otro. Y en ese sentido, identidad es sinónimo de semejanza, es aquello que el ser humano tiene en común con unos seres humanos y que lo diferencia de otros.

Los individuos de un mismo medio tienen sentimientos de diferenciación entre sí y respecto de los miembros de otros medios, los cuales necesariamente se expresan en un reconocimiento inconsciente de la existencia de un «otro» y por tanto de un «nosotros» (Flores, p. 42).

Es por tanto, esencialmente, un hecho social en tanto que nos marca como «idénticos a, y distintos de, otro tipo de personas» (Barker, 2003, p. 276).

La identidad ha sido, en las últimas décadas, materia central de los estudios culturales. En palabras de Barker (2003, p. 31) podemos llamar identidad cultural a las descripciones que hacemos de nosotros mismos y con las que nos identificamos. Giddens (1997, p. 76) por su parte define la identidad como un modo de pensarnos a nosotros mismos pero un

modo cambiante, puesto que lo que uno cree ser cambia según las circunstancias en el tiempo y el espacio.

Hall, uno de los principales teóricos de los estudios culturales, hace hincapié en el hecho de que la identidad cultural no es una esencia, sino una situación en constante cambio, y «los puntos de diferencia alrededor de los cuales se forman las identidades culturales son múltiples y proliferadores» (Hall, 1992).

Esta posición antiesencialista —explica Barker (2003, p. 60)— no significa que no podamos hablar de identidad, sino que, más bien, apunta a «la naturaleza política de la identidad, como producción discursiva, y a la posibilidad de múltiples y cambiantes identidades en las que los discursos de clase, edad, género, nacionalidad y raza se “articulan” unos con otros».

La identidad es en resumen un concepto permeable en el que caben rasgos físicos, culturales, geográficos, de personalidad —sujeto fragmentado, lo denomina Hall—. Pero no es en ningún caso una construcción fija e inamovible. Se trata además de un hecho cultural inseparable del proceso de socialización de cada individuo. Las identidades —explica Barker (2003, p. 64)— son sociales y culturales «de principio a fin», es decir son construcciones plenamente sociales que no pueden «existir» fuera de las representaciones culturales.

Es en definitiva como se apuntaba antes, una *producción discursiva*, sujeta por tanto a los cambios narrativos que el sujeto experimenta en su proceso de aculturación y por ello expuesta a ser constantemente reconstruida por las sucesivas representaciones que el sujeto recibe del entorno.

En el actual mundo globalizado, las sociedades son cada vez más permeables a rasgos externos, a los que acceden con suma facilidad a través de los medios de comunicación. Ese «cosmopolitismo», defiende Barker (2003, p. 72), se ha apoderado de la vida cotidiana de Occidente y ha generado cierto mimetismo igualatorio. Sin embargo, esto no se traduce en la completa homogeneización de las sociedades porque «los mecanismos de fragmentación, heterogeneización e hibridez actúan con la misma fuerza» (Barker, 2003, p. 80).

No desaparecen por tanto las identidades culturales sino que se transforman en «identidades híbridas»; se fortalece el concepto de sujeto postmoderno, fragmentado, de que hablaba Hall (1992). Las identidades han de ser entendidas, en palabras de Clifford (citado en Barker, 2003, p. 73) como un «viaje» lleno de cruces de caminos.

### *2.3.1. Rasgos de identidad cultural*

La construcción de las identidades culturales como productos discursivos se realiza a través de las representaciones que dichos discursos nos ofrezcan de ellas. En el caso que ocupa a este estudio el proceso descentralizador de la Constitución Española —que se abordará en el próximo capítulo— pretende poner de nuevo en valor las identidades propias de cada territorio autonómico. La definición que en 1978 da la Constitución para las entonces futuras comunidades autónomas —«provincias limítrofes con características históricas, culturales y económicas comunes»— concreta los rasgos que configuran dichas identidades.

No obstante, como se menciona más arriba, estos rasgos no son constructos inamovibles. Partiendo de una concepción no esencialista de las identidades, este estudio considera con Hall que las identidades son «volátiles» en tanto que mutables y reconvertibles. Y en ese sentido:

[...] tienen que ver con las cuestiones referidas al uso de los recursos de la historia, la lengua y la cultura en el proceso de devenir y no de ser; no «quiénes somos» o «de dónde venimos» sino en qué podríamos convertirnos, cómo nos han representado y cómo atañe ello al modo como podríamos representarnos (Hall, Stuart y Gay, Paul du (comp.), 2003, págs. 17-18).

En resumen, la manera en que se narran dichos recursos —historia, lengua y cultura— configura las identidades y las modifica. Por ejemplo, el uso de una lengua concreta como vehículo académico, o su limitación al uso oral en ámbitos reducidos, varían notablemente la percepción que los individuos de un entorno tendrán sobre dicha lengua. Del mismo modo que la representación de un territorio como territorio común lo configura como tal.

La narración de la historia o la cultura comunes se constituyen en rasgos identitarios pero sin duda la lengua es junto al territorio el puntal que sustenta la «identidad propia» a que

se refiere el mandato constitucional. Se hablará, pues, básicamente de identidades geolingüísticas.

### 2.3.1.1. Lengua: medio y mensaje

El lenguaje, necesariamente, está en la esencia de cualquier construcción discursiva. Es, por un lado, «el medio privilegiado por el que los significados culturales se forman y comunican». Por otro lado es el «vehículo por el que llegamos al conocimiento de nosotros mismos y del mundo social» (Barker, 2003, p. 35). La identidad es en definitiva imposible sin discurso. Y por tanto no sólo el contenido del discurso, sino también el modo de articularlo, configuran la identidad. En palabras de Castells, la lengua es un «vehículo fundamental de autorreconocimiento» (citado en Sinclair, 2000, p. 100). En ese sentido diferentes lenguas configuran diferentes identidades culturales.

El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define la lengua como cualquier «sistema de comunicación verbal, y casi siempre escrito, propio de una comunidad humana».

La invención de la imprenta y su paulatina extensión provocó el nacimiento de lo que Benedict Anderson (citado por Sinclair, 2000, p. 97) ha dado en llamar «capitalismo de imprenta». La mecanización de la producción de los libros puso en marcha un proceso de democratización de la cultura y al tiempo permitió la normalización de las lenguas vernáculas, que pasaron a convertirse así en vehículos de cultura y al tiempo de identidad.

No es objeto de este trabajo el análisis de la evolución de las diferentes lenguas en el ámbito de las construcciones nacionales. Pero brevemente hay que apuntar que la construcción nacional española se funda sobre la base de varias identidades lingüísticas diferentes que quedan por el curso de la historia subordinadas a la identidad castellana. La Constitución del 78 trata de superar ese agravio histórico y dota de protagonismo fundamental a las diferentes lenguas en la defensa de las identidades propias de cada territorio autonómico.

Por ello, en tanto que vehículo, y al tiempo contenido esencial del discurso, la lengua propia se erige en signo identitario de primera magnitud: «El acto de nombrar, de reconocer mediante un nombre las cosas, no solo sirve para identificar las referencias

correspondientes, sino que, con frecuencia, es la clave para apropiarse simbólicamente del espacio» (Blas Arroyo, 2008, p. 3).

Su uso, como se explicaba antes, condicionará de manera directa la percepción que los individuos tengan sobre esa lengua, y por ende sobre la identidad que representa.

Así, el uso meramente oral de una lengua la condena a la consideración de lengua de calle, «de intimidad». Su presencia como vehículo de comunicación formal —en las instituciones, en el ámbito académico, en los medios de comunicación— la rescata de esa «intimidad» de secundario y la coloca en primera línea de la consideración social. A ella, y a la identidad cultural de la que es vehículo. En este sentido, en lo que atañe a este estudio, el valenciano es, en palabras del presidente de la Academia Valenciana de la Lengua, «elemento determinante de la identidad valenciana» (Ramón Ferrer. Entrevista 1).

#### 2.3.1.2. Territorio: escenario de proximidad y geosímbolo

Puesto que este estudio parte del texto constitucional, la identidad propia es en este caso una identidad territorial. Es decir, el territorio forma parte sustancial del concepto de identidad cultural con que se va a trabajar.

Hablar de territorio es necesariamente hablar de un espacio. Pero no sólo. Desde el uso común, el Diccionario de la Real Academia define el territorio como «aquella porción de la superficie terrestre perteneciente a una nación, región, provincia, etcétera». Es decir, es un espacio concreto puesto en valor por su uso social. Es por tanto una vez más un producto cultural.

Los geógrafos han dado a lo largo de la historia numerosísimas definiciones del territorio. Este estudio parte de las elaboradas por la geografía cultural que en los últimos tiempos otorga ese valor de producto cultural al territorio, más allá de su consideración de mero escenario donde la sociedad se desarrolla y elabora sus constructos. En ese sentido, las diferentes definiciones coinciden en la consideración del territorio como *espacio apropiado*.

Giménez (1999, 2005) distingue dos modos de realizar esa apropiación: uno utilitario y funcional; otro simbólico-cultural. El primero es el que viene determinado por el uso del territorio como medio de subsistencia, fuente de recursos o área geopolítica. Enfatiza por

tanto el aspecto utilitarista de la apropiación del espacio. El segundo contempla el territorio como símbolo metonímico de una comunidad, referente de la identidad de un grupo, lugar de inscripción de un pasado histórico, objeto de apego afectivo, en resumen, como *geosímbolo*, y por tanto como elemento configurador de identidad. En el ámbito a que se refiere este estudio, la Comunidad Valenciana, el geógrafo Josep Vicent Boira explica: «Hay una vieja conciencia, la oscura conciencia de que fuimos algo en el pasado, que eso existe» (Entrevista 2).

Sin embargo, en un mundo globalizado, donde además la movilidad es sencilla, no se puede hablar de territorio en los términos de espacio aislado y totalizante en que se constituyó con el desarrollo de los estados-nación. «Aunque los valores y significados ligados al lugar siguen siendo importantes, las personas se involucran cada vez más en redes que se extienden más allá de sus emplazamientos físicos» (Barker, 2003, p. 72).

El fenómeno de la globalización suscitó en el seno de la corriente neoliberal la idea de que el territorio había muerto, arrasado por un nuevo gran mercado global, una aldea global que eliminaba de un plumazo las particularidades y los centros interiores. Pero dicha hipótesis ha sido ampliamente rebatida desde la sociología, la historia y la geografía, en el sentido de que la «desterritorialización» física no implica automáticamente la «desterritorialización» en términos simbólicos y subjetivos. Los territorios interiores, considerados en diferentes escalas —lo local, lo regional, lo nacional—, siguen en plena vigencia con sus lógicas diferenciadas y específicas (Giménez, 1999, p. 34). Para Anthony Giddens (1997, p. 35, citado en Sinclair, 2000, p. 105 y Curran, J. y Gurevitch, M., 1992, p. 118), la globalización no es más que la intensificación de relaciones sociales en una escala mundial, que conecta localidades distantes de tal manera que acontecimientos locales se ven afectados por otros que están ocurriendo a muchas millas de distancia y viceversa. Ello implica que la globalización somete los territorios simbólicos al mismo proceso de hibridación que al resto de rasgos identitarios, de tal manera que, como sostiene Barker (2003), la cultura y las identidades culturales ya no pueden entenderse adecuadamente en términos de lugar, sino que deben conceptuarse más bien en términos de viaje.

Esto se traduce en dos fenómenos. El primero de ellos es la fluidificación del espacio, que permite el continuo flujo de mercancías, ideas y personas. Lo que se ha producido —defiende Josep Vicent Boira—, es un «giro hacia unos espacios fluidos, donde todo

fluirá, efectivamente, las mercancías, las personas, todo, pero que tendrá elementos de anclaje territorial y de identidad muy importantes» (Entrevista 2). Los territorios son ahora territorios abiertos, absolutamente interconectados, hasta el punto de que podemos estar *allí* y contar con los productos, las noticias, las personas de *aquí*, sin movernos de la pantalla de un ordenador. Desde el punto de vista funcional, el territorio ha perdido aquel valor de proveedor fundamental y casi único de productos y medios de subsistencia, y las fronteras simbólicas son ahora más difusas. Pero aun así, el territorio conserva su condición de geosímbolo. En el ámbito de este estudio, el gran reto de futuro es, según explica el profesor Boira:

[...] recoger esta vieja conciencia de que todos somos valencianos y modernizarla de manera que tenga una operatividad. Si eso no se hace, poco a poco la conciencia de ser valencianos se irá perdiendo y por tanto no tendremos esa realidad de ninguna manera (Entrevista 2).

El segundo de los fenómenos derivados de la globalización es la «glocalización», es decir, la manera local de actuar lo global. El eslogan «piensa globalmente, actúa localmente» lo crean a finales de los 80 organizaciones no gubernamentales de carácter internacional pero se enmarca en el debate que el mundo del marketing mantiene en esa época sobre cómo afrontar mercados internacionales que aun habiendo desarrollado rasgos comunes mantienen al tiempo diferencias.

La solución que se impone, y se exporta al ámbito de lo social y lo informativo, es estudiar, conocer y potenciar la peculiar idiosincrasia de cada mercado concreto, de cada territorio en el caso que ocupa a este trabajo, para adaptar productos o valores globales a las particulares necesidades o características de cada ámbito concreto. De este modo, lo global y lo local integran, no excluyen, el uno al otro (Sinclair, 2000, p. 77). De hecho, el propio Sinclair cita a Tomlinson para apuntar que el proceso globalizador está generando, a modo de acción-reacción, un «paralelo impulso de los movimientos hacia la etnicidad, los micronacionalismos y todo lo local» (2000, p. 86). Es decir, la pretendida homogeneización está potenciando el interés por lo heterogéneo. En palabras de Sreberny-Mohammadi, «that is the dynamic of localized production and the indigenization of cultural products» (Curran, J. y Gurevitch, M., 1992, p. 128)

En resumen, el territorio sigue existiendo como rasgo identitario, como geosímbolo, y por tanto, la defensa de la identidad propia de que habla, como se verá más adelante, el Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana pasa necesariamente por la puesta en

valor del territorio autonómico como territorio común, por la vertebración simbólica de dicho territorio.



### 3. Fundamentos legislativos y jurídicos.

#### **3. Fundamentos legislativos y jurídicos**

3.1. La Constitución Española

3.2. *Estatut d'Autonomia*

3.3. Marco legal específico

3.3.1. Estatuto de la Radio y la Televisión

3.3.2. Ley de Creación del Consejo Asesor de RTVE en la CV

3.3.3. Ley Reguladora del Tercer Canal de Televisión

3.3.4. Ley General de la Comunicación Audiovisual

3.3.5. Ley de Creación de Radiotelevisión Valenciana

3.4. Legislación sobre la lengua

3.4.1. Declaración Universal de los Derechos Lingüísticos

3.4.2. Carta Europea de las Lenguas Regionales o Minoritarias

3.4.3. *Llei d'Ús i Ensenyament del Valencià*

El sistema de televisiones públicas de proximidad, tal como lo describen para España Moragas, Garitaonandía y López (1999, pp. 147 y ss.), se sustenta jurídicamente en la Constitución Española y en los diferentes estatutos de autonomía. La estructura descentralizada del estado ha consolidado en las últimas décadas nuevas geografías informativas que derivan directamente de estos mandatos constitucionales y estatutarios. La situación generada en la Comunidad Valenciana durante 2014 y 2015, tras el cierre de RTVV, rompe con el estado de cosas construido en esta autonomía a partir de 1978 y supone un retroceso en el desarrollo pleno de la legislación en el ámbito autonómico.

### **3.1. La Constitución española: la España de las autonomías**

La constitución del 78 introduce dos novedades que serán cruciales en el posterior desarrollo del sistema de televisiones públicas de proximidad.

En primer lugar, estructura el Estado en Comunidades Autónomas (Art.2) con la consiguiente descentralización administrativa y política que dotará a los diferentes territorios de «autonomía para la gestión de sus respectivos intereses» (Art. 137 Constitución Española).

En segundo lugar, hace una apuesta por el reconocimiento y la defensa de las particularidades de cada uno de los territorios que conforman el Estado español. Declara oficiales las diferentes lenguas propias de cada Comunidad (Art. 3.2) y reconoce que «la riqueza de las distintas modalidades lingüísticas de España es un patrimonio cultural que será objeto de especial respeto y protección» (Art. 3.3 Constitución Española). Este principio genérico se concretará poco después en los estatutos de autonomía de todas las comunidades con lengua propia y se convertirá en uno de los objetivos prioritarios de las televisiones autonómicas.

El Título VIII de la Constitución, en concreto el Capítulo 3, se dedica íntegramente a sentar las bases de las futuras autonomías. Este es el único punto en que el texto constitucional hace referencia expresa a la televisión.

La distribución de competencias que establece la Constitución Española reserva para el Estado el establecimiento de las «normas básicas del régimen de prensa, radio y televisión y, en general, de todos los medios de comunicación social» (Art. 149.1.27). Sin embargo otorga a los gobiernos autonómicos las facultades necesarias para «su desarrollo y ejecución». Además, entre las competencias que el texto constitucional atribuye exclusivamente a las autonomías, recoge el fomento de la economía, la cultura, la investigación, la enseñanza y el patrimonio histórico y artístico (Art. 148.1). Las televisiones autonómicas asumirán como propia la condición de vehículo para dicho fomento. Como afirma Miquel Roca, que fuera ponente de la Constitución:

Que las televisiones autonómicas deben existir como servicio público fundamental es una consecuencia de nuestra estructura constitucional, de nuestra estructura autonómica, en la

que se otorga a las comunidades una competencia casi exclusiva en materia de cultura [Miquel Roca i Junyent en Informe FORTA (Maldonado y de Cristobal, 2012)].

No puede decirse que antes de la llegada de la democracia a España no existiera un relato de proximidad en la joven televisión española. Sin embargo, no será hasta la llegada de las televisiones autonómicas cuando el sistema público de proximidad se desarrolle en España tal como lo hemos conocido durante el último cuarto de siglo.

La actual distribución competencial entre el Estado y las autonomías en materia radiotelevisiva —explican Moragas y Prado— refleja con bastante fidelidad el proceso descentralizador general y sus resultados. De un sistema audiovisual completamente centralizado, bajo el monopolio del ente Radiotelevisión Española, se ha pasado, a raíz de la Constitución de 1978, a una situación en la que las autonomías tienen amplísimas competencias en la materia, que se concretan, básicamente, en la posibilidad de crear radios y televisiones propias (Moragas, Miquel de; Prado, Emilio, 2000, p. 144).

El marco genérico creado por el texto constitucional, lo concretan los estatutos de autonomía de las diferentes comunidades.

### **3.2. El Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana: el desarrollo del autogobierno**

El Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana nace como «expresión de su identidad histórica en el ejercicio del derecho de autogobierno» (Art.1). Y en el ámbito que interesa a este estudio, otorga a la Generalitat Valenciana «el desarrollo legislativo y la ejecución del régimen de radiodifusión y televisión» (Art.37.1) y la facultad para «regular, crear y mantener su propia televisión, radio y prensa, y en general, todos los medios de comunicación social para el cumplimiento de sus fines» (Art. 37.3).

Esa atribución la concreta el texto estatutario en su disposición transitoria sexta<sup>28</sup>, donde ordena al Estado que otorgue «en régimen de concesión a la Generalitat Valenciana la utilización de un tercer canal de titularidad estatal, que debe crearse específicamente para

---

<sup>28</sup> La disposición transitoria sexta quedaría eliminada del articulado del Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana con la Ley Orgánica 1/2006, de 10 de abril, de Reforma de la Ley Orgánica 5/1982, de 1 de julio, del Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana. La consolidación del proyecto de Radiotelevisión Valenciana la hacía ya innecesaria.

su emisión en su territorio». Y en tanto ello no sea posible, deberá ser Televisión Española quien preste dicho servicio:

Hasta la puesta en funcionamiento efectivo de este nuevo canal de televisión, Radio Televisión Española (RTVE) articulará, a través de su organización en el territorio de la Comunidad Valenciana, un régimen transitorio de programación específica para el mismo, que Televisión Española emitirá por la segunda cadena (UHF) (Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana. Disposición Transitoria Sexta).

El mandato que recibe Televisión Española sólo pone en realidad sobre el papel algo que ya de facto venía haciendo la delegación de esa cadena en la Comunidad Valenciana desde el año 1974<sup>29</sup>. Sin embargo lo plantea como *mandato provisional*, dando así por hecho que el vehículo *ad hoc* para la transmisión de esa «programación específica» será, en definitiva, una televisión propia.

Este «mandato provisional» anticipa muy a grandes rasgos, el que ha sido, hasta el 29 de noviembre de 2013, el sistema público de proximidad en la televisión de la Comunidad Valenciana.

Pero más allá del mandato genérico de crear una radiotelevisión pública que aborde los contenidos de proximidad, el Estatuto recoge en su artículo 7<sup>30</sup> dos disposiciones que interesan especialmente a este estudio porque formarán parte de los principios fundacionales de Televisión Valenciana y constituyen uno de los argumentos que justifican y exigen la existencia de una televisión pública de proximidad. Se trata del idioma.

El artículo 7 del *Estatut d'Autonomia* —siguiendo al artículo 3 de la Constitución— determina que el valenciano y el castellano son «idiomas oficiales» de la Comunidad Valenciana y, en ese sentido, reconoce que «todos tienen derecho a conocerlos y usarlos». Dicho esto, el texto anticipa que la Generalitat «adoptará las medidas necesarias para asegurar su conocimiento» (*Art. 7.2*) y establece que «se otorgará especial protección y respeto a la recuperación del valenciano».

---

<sup>29</sup> En esas fechas, como se verá más adelante, comienza a emitirse regularmente el informativo territorial que aún hoy sigue emitiendo Televisión Española en la Comunidad Valenciana.

<sup>30</sup> Según articulado de la Ley orgánica 5/1982, de 1 de julio, del Estatuto de Autonomía.

En 2006, les *Corts* emprenden una «reforma sustancial»<sup>31</sup> del *Estatut* que ahonda en la protección del valenciano y añade en su artículo 12 otro ámbito de especial protección que compete a este estudio porque, como veremos más adelante, también tendrá su reflejo en la Ley de Creación de RTVV:

La Generalitat velará por la protección y defensa de la identidad y los valores e intereses del Pueblo Valenciano y el respeto a la diversidad cultural de la Comunitat Valenciana y su patrimonio histórico. La Generalitat procurará asimismo la protección y defensa de la creatividad artística, científica y técnica, en la forma que determine la Ley competente (Ley Organica 5/1982, de 1 de julio, del Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana , 1982. Art.12).

El texto estatutario no concreta, obviamente, de qué modo se ha de cumplir ese mandato ni en qué medida la televisión pública servirá de vehículo para la consecución de dichos fines. Dicha tarea queda reservada a la legislación específica, que se analizará a continuación.

### **3.3. RTVE, RTVV: Marco legal específico**

El soporte legal que sustenta el sistema de televisiones públicas de proximidad en España, se concreta en varias normativas específicas que vienen a dar forma a los mandatos recogidos en la Constitución y los Estatutos de Autonomía.

#### *3.3.1 Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión*

Hasta 1980 no existe en España un texto legal que concrete las atribuciones y funcionamiento de la ya entonces consolidada Televisión Española. El Estatuto de radio y televisión que se aprueba ese año viene a explicitar dichas funciones «como vehículo esencial de información y participación política de los ciudadanos, de formación de la opinión pública, de cooperación con el sistema educativo, de difusión de la cultura española y de sus nacionalidades y regiones» (Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión, 1980, Preámbulo).

---

<sup>31</sup> Así la define el preámbulo de la Ley Orgánica 1/2006, de 10 de abril, de Reforma de la Ley Orgánica 5/1982, de 1 de julio, de Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana.

Se convierte así en el punto de partida y el puntal básico de toda la legislación sobre televisión posterior —incluidas las leyes de creación de los diferentes entes autonómicos—.

No obstante, en lo que se refiere a la estructura territorial, y a la funcionalidad de la misma, no es aún demasiado concreto. La sección VI del Capítulo segundo, dedicado a la organización del medio, sí hace explícita la organización territorial y el mandato de «elaborar una propuesta de programación específica de radio y televisión que será emitida en el ámbito territorial de la nacionalidad o región que corresponda» (Art.13). Sin embargo, no va más allá de esa generalización —que se concretará en 2006, con la reforma de este estatuto— y de la determinación de los órganos directivos que deberán regir en cada delegación el medio público estatal: delegado territorial y consejo asesor.

En 1980, la estructura territorial de Televisión Española está ya prácticamente finalizada. La cadena pública nacional es en ese momento la única cadena existente. Pero ya se intuye un nuevo panorama audiovisual radicalmente distinto y la ley prevé esta nueva coyuntura. Pretende dotarla de soporte legal y, sobre todo, sustentar técnicamente la posibilidad de un tercer canal, que desde el Estado central, desde la misma estructura de la radiotelevisión pública, sea germen de las nuevas televisiones públicas autonómicas. Por ello, en su artículo 2.2, el Estatuto recoge la posibilidad de crear un tercer canal que dé soporte a estas nuevas realidades autonómicas:

El Gobierno podrá conceder a las Comunidades Autónomas, previa autorización por Ley de las Cortes Generales, la gestión directa de un canal de televisión de titularidad estatal que se cree específicamente para el ámbito territorial de cada Comunidad Autónoma (Art.2.2).

Vuelve a incidir en ello en la Disposición Adicional 4, donde establece que Radio Televisión Española deberá articular una «programación específica destinada a cada nacionalidad o región de forma complementaria a la programación nacional». Pero otorga a dicha programación un cierto grado de provisionalidad en tanto no sea posible, técnicamente, la creación del tercer canal.

Posteriormente —añade el texto—, extendida la cobertura técnica de ambas cadenas a todo el territorio español, el Gobierno, en los términos previstos en el artículo segundo del presente Estatuto, autorizará a RTVE a tomar las medidas necesarias para la puesta en

funcionamiento de un tercer canal regional para el ámbito territorial de cada Comunidad Autónoma (Disposición Adicional 4).

Esto no llegará a producirse —se verá a continuación—. Sin embargo, en 2006, se emprende una amplia reforma de este estatuto para adaptarlo a la nueva coyuntura sociopolítica, tecnológica y mediática. Y el texto reformado incide en la necesidad de que RTVE promueva «la cohesión territorial, la pluralidad y la diversidad lingüística y cultural de España» (Art. 3.2.e Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal). Y para ello, el texto concreta en su artículo 7.4 una estructura *ad hoc*:

La Corporación RTVE contará con la estructura territorial necesaria para atender la adecuada prestación de sus funciones de servicio público, proveer de contenidos regionalizados a la realidad estatal, contribuir al desarrollo de la cohesión interterritorial, atendiendo el hecho insular y las condiciones de regiones ultraperiféricas (Art. 7.4).

De hecho, la redacción de esta reforma ya especifica que «las desconexiones se harán en la lengua propia de las CC.AA». Y es sustancial este nuevo mandato porque en el articulado original no se recogía de manera expresa.

No obstante, más allá de la cuestión idiomática, la reforma del Estatuto no afecta sustancialmente al sistema de proximidad, que en 2006 se encuentra ya en pleno desarrollo.

### *3.3.2. Ley de la Generalitat Valenciana 3/1984, de 6 de junio, de Creación y Regulación del Consejo Asesor de RTVE en la Comunidad Valenciana*

La estructura descentralizada que ordenaba el artículo 13 del Estatuto de Radio y Televisión se completa en 1984 con la creación del Consejo Asesor de RTVE en la Comunidad Valenciana.

Como se apunta en el propio preámbulo de la ley, la creación del Consejo Asesor responde a la necesidad de dotar de asesoramiento al delegado territorial de RTVE y de medios de control que permitan, de un lado «la adecuada descentralización de los servicios de radio y televisión». De otro, «velar para que el valenciano tenga una adecuada presencia en aquellas emisoras de radio y televisión y demás medios de comunicación gestionados por la Generalidad Valenciana, o sobre los que la misma Ley tenga competencia».

La Ley establece para ello (Cap. IV. Art.7) la formación de un consejo de 13 miembros elegidos por las Cortes Valencianas entre los grupos políticos, que deberán ocuparse de «representar los intereses de la Comunidad Valenciana». Entre otras funciones, la norma exige al Consejo «asesorar al Delegado territorial sobre la propuesta de programación específica» en el ámbito de la Comunidad y «en todas aquellas cuestiones que afecten a la recepción y cobertura en el ámbito territorial de la Comunidad Valenciana de los programas que se emitan [...]» (Cap II. Art. 2).

Queda así completada la estructura descentralizada de Televisión Española en la Comunidad y garantizado el control sobre el cumplimiento de los mandatos dados por la Constitución, el Estatuto de Autonomía y el propio Estatuto de Radiotelevisión, en materia de programación territorial.

### *3.3.3. Ley 46/1983, de 26 de diciembre, Reguladora del Tercer Canal de Televisión*

La Ley del Tercer Canal no será aprobada hasta diciembre de 1983<sup>32</sup>. Por ello, no puede decirse que sirviera de motor para poner en marcha el sistema audiovisual de proximidad en España. En el momento de su entrada en vigor, Euskal Telebista<sup>33</sup> llevaba ya más de un año emitiendo<sup>34</sup> y varios meses —desde febrero de 1983— haciéndolo de manera regular. También el Parlament de Catalunya había promulgado en mayo de ese mismo año la Ley de creación de la Corporació Catalana de Radio y Televisió, aunque las emisiones de TV3<sup>35</sup> no comienzan hasta enero de 1984. Ninguno de los dos canales, sin embargo, serán autorizados legalmente hasta finales de 1984, una vez entra en vigor la regulación nacional y se elabora el plan de frecuencias correspondiente (Bustamante, 2008, p. 120).

En todo caso, la Ley del Tercer Canal, se limita a dar concreción al mandato del Estatuto de Radio y televisión, facultando a los gobiernos autonómicos para solicitar «la concesión de la gestión directa del tercer canal de Televisión ante el Gobierno, quien la concederá, mediante Real Decreto, ordenando que se desarrollen las acciones necesarias para la

---

<sup>32</sup> Su entrada en vigor se retrasa hasta enero de 1984, una vez publicada por el BOE.

<sup>33</sup> Euskal Telebista (ETB) es el nombre que recibe la televisión autonómica vasca, que forma parte a su vez del ente público Euskal Irrati Telebista (Radiotelevisión Vasca EITB).

<sup>34</sup> La Ley de creación del ente público Euskal Irrati Telebista fue promulgada por el gobierno vasco el 20 de mayo de 1982.

<sup>35</sup> TV3 es el nombre dado a la televisión autonómica catalana y, por ende, al primer canal de dicha televisión.



puesta en funcionamiento del mismo» (Disposición Adicional sexta Ley 46/1983, de 26 de diciembre, Reguladora del Tercer Canal de Televisión).

Hasta 2010 esta norma será el referente básico de funcionamiento de las televisiones autonómicas en España, que se conciben en la Ley como servicio público basado, entre otros, en los principios de «respeto al pluralismo político, religioso, social, cultural y lingüístico».

#### *3.3.4. Ley 7/2010, de 31 marzo, General de la Comunicación Audiovisual*

En marzo de 2010 la aprobación de la nueva Ley General de Comunicación Audiovisual deroga las normas anteriores y adapta la legislación al panorama audiovisual español, que en ese momento no tiene ya absolutamente nada que ver con el de 30 años atrás. Como la propia ley argumenta:

La tecnología digital viene a romper con este modelo y plantea un aumento exponencial de la señales de radio y televisión gracias a la capacidad de compresión de la señal que se incrementa aumentando la calidad de la señal audiovisual. Aumenta el acceso a los medios audiovisuales y se multiplican las audiencias, pero, por esta misma razón, se fragmentan. Irrumpe Internet como competidora de contenidos. Los modelos de negocio evolucionan y se desplazan. Como consecuencia de todo ello, la normativa tiene que evolucionar con los tiempos y debe adaptarse a los nuevos desarrollos tecnológicos.

Aun así, en lo que interesa a este estudio, la Ley General de Comunicación Audiovisual mantiene el espíritu de la legislación anterior e intenta garantizar el derecho de los ciudadanos «a recibir comunicación audiovisual en condiciones de pluralismo cultural y lingüístico» (Preámbulo). En este sentido, su artículo 4 establece de manera expresa el derecho de los ciudadanos a la «existencia de diferentes ámbitos de cobertura, acordes con la organización territorial del Estado». Y señala la obligación de los operadores de servicios de comunicación audiovisual de promover «el conocimiento y la difusión de las lenguas oficiales en el Estado y de sus expresiones culturales. Además —prosigue la ley—, los operadores de titularidad pública contribuirán a la promoción de la industria cultural, en especial a la de creaciones audiovisuales vinculadas a las distintas lenguas y culturas existentes en el Estado» (art.4.3 Ley 7/2010).

En la misma línea insiste el artículo 5 que exige la inclusión de «una programación en abierto que refleje la diversidad cultural y lingüística de la ciudadanía». Deja, eso sí, a las

Comunidades Autónomas la potestad de aprobar normas adicionales que promuevan la producción audiovisual en lengua propia.

En resumen, la Ley General de Comunicación Audiovisual viene a establecer que «el servicio público de comunicación audiovisual es un servicio esencial de interés económico general» cuyos objetivos básicos deben ser «difundir contenidos que fomenten los principios y valores constitucionales, contribuir a la formación de una opinión pública plural, dar a conocer la diversidad cultural y lingüística de España, y difundir el conocimiento y las artes, con especial incidencia en el fomento de una cultura audiovisual» (Preámbulo Ley 7/2010).

Esa función se asigna a todos los operadores públicos sea su ámbito estatal o autonómico y rige por tanto para todas las todas las televisiones autonómicas. Tras el cierre de Televisión Valenciana, el desempeño de dichas funciones en la Comunidad queda en manos de Televisión Española, de manera que sólo su delegación territorial puede prestar ese «servicio esencial de interés económico general».

### *3.3.5. Ley de la Generalidad Valenciana 7/1984, de 4 de julio, de Creación de la Entidad Pública Radiotelevisión Valenciana (RTVV), y Regulación de los Servicios de Radiodifusión y Televisión de la Generalitat Valenciana*

15 de las 17 autonomías españolas han promulgado leyes que regulan el tercer canal de televisión. Sólo Cantabria y La Rioja siguen sin contar con una legislación en materia de televisión autonómica.

En la Comunidad Valenciana, la Ley de Creación de Radio Televisión Valenciana pone en marcha, a partir de 1984 —y de manera efectiva a partir de 1989—, el sistema audiovisual público de proximidad tal como lo hemos conocido durante el último cuarto de siglo. El propio presidente Lerma<sup>36</sup> reconoce (Requena, 2015, p. 35) que el proyecto de radiotelevisión pública autonómica formaba parte del proyecto global de la democracia valenciana.

Tot el projecte de televisió valenciana està lligat indistriablement al projecte autonòmic i el projecte autonòmic no sols forma part de la història de este país, sino que també forma part de la lluita democràtica. [...] la televisió no era un mitjà d'expressió exclusivament,

---

<sup>36</sup> Joan Lerma ocupa la presidencia de la Generalitat Valenciana en 1984. La Televisión Valenciana se crea bajo su mandato.

d'expressió en valencià, de recuperació de la llengua i de la cultura propia, sinò que era a més un projecte de modernització del país (Requena, 2015, p. 35).

Ese propósito, avanzado por el Preámbulo de la Ley, lo concreta el artículo 2 de la norma en el acceso a la promoción y difusión de las actividades propias de la Comunidad, el respeto al pluralismo político, social, cultural, religioso y lingüístico, la protección a la infancia, la veracidad de las informaciones y, sobre todo, la «promoción y protección de la lengua propia de la Comunidad Valenciana». Esos habrán de ser, según el artículo 17 de la Ley, los principios que inspiren la programación y contenidos de la cadena.

López, Risquete y Castelló (en Moragas, Garitaonandía y López, 1999) enmarcan la creación de las tres primeras televisiones autonómicas dentro del programa de recuperación lingüística y cultural de sus respectivas nacionalidades. En la segunda fase de creación de las televisiones autonómicas, la de la Televisión Valenciana hay que enmarcarla en aquel mismo objetivo de las tres primeras.

De hecho, el idiomático es uno de los ejes fundamentales de la presente Ley:

[...] que viene a profundizar –según el Preámbulo de la norma- en nuestro concepto de autogobierno, posibilitando una antigua y renovada aspiración del Pueblo Valenciano: la de expresarse y comunicarse en su propia lengua para lo cual, los medios de comunicación de carácter público constituyen el soporte idóneo además de la evidencia irreprochable de nuestra voluntad política.

La aplicación efectiva de esta ley se retrasaría, según Alcaraz, «por razones políticas» hasta que el Real Decreto 320/1988, de 8 de abril, concede a la Comunidad Valenciana la gestión directa del Tercer Canal de Televisión (1999, p. 313).

El 9 de octubre de 1989 comienzan las emisiones oficiales de Canal Nou. Desde entonces esta ley se ha mantenido vigente hasta prácticamente el final de la vida de Radio Televisión Valenciana. En julio de 2012, apenas un año antes del cierre de la cadena, la aprobación del Estatuto de Radiotelevisión Valenciana viene a derogar este mandato. El Estatuto transforma administrativa y financieramente el medio público en una sociedad anónima y establece una separación entre los contenidos de servicio público y aquellos que considera que no lo son, «a fin de que la financiación pública no sostenga contenido ni actividades ajenas al cumplimiento de la función esencial de servicio público».

El desempeño de las funciones asignadas por la Ley de Creación de 1984 queda suprimido definitivamente con la entrada en vigor de la «Ley 4/2013, de 27 de noviembre, de la Generalitat, de Supresión de la Prestación de los Servicios de Radiodifusión y Televisión de Ámbito Autonómico, de Titularidad de la Generalitat, así como de Disolución y Liquidación de Radiotelevisión Valenciana, SAU».

### **3.4. La lengua propia, soporte legal**

El hecho idiomático constituye uno de los puntales básicos del nacimiento de las primeras televisiones autonómicas, y por ende, del sistema audiovisual de proximidad. La Televisión Valenciana, junto con las tres televisiones autonómicas de la primera fase (ETB, TV3 y TVG), se crean precisamente como vehículos para la revitalización de sus lenguas propias. Dicho mandato nace de la propia Constitución española y queda recogido, como se ha detallado, en toda la legislación audiovisual específica de los últimos treinta años.

Pero no sólo queda recogido en esa legislación específica. La defensa y promoción de las lenguas propias, como vehículo de transmisión de cualquier cultura, bebe directamente de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948), que reconoce como básico «el derecho de cualquier persona a no ser discriminado por razón de su lengua» (Art.2 Declaración Universal de los Derechos Humanos).

Es cierto que la citada Declaración lo reconoce como derecho individual, no colectivo, por las suspicacias que inicialmente despertaba en las naciones firmantes esa consideración (Blanco, 2010, págs. 75-76). Sin embargo, pese a aquellas reservas iniciales, lo cierto es que durante la segunda mitad del siglo XX ha cobrado fuerza la preocupación por los derechos lingüísticos, como derechos individuales y colectivos, y se ha generado un cuerpo legal que concreta lo apuntado por dicha Declaración.

El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 16 de diciembre de 1966 y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de la misma fecha, se hacen eco de la defensa de estos derechos. A ellos se añade en 1992 la Declaración sobre los derechos de las personas pertenecientes a minorías nacionales o étnicas, religiosas y lingüísticas (Resolución 47/135, de 18 de diciembre de 1992 de la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas). Y en marzo de 2003, un grupo de expertos de la

Unesco aprueba en París una serie de «Recomendaciones a los Planes de Acción de la Unesco sobre la salvaguardia de la Lenguas en Peligro».

En definitiva, Naciones Unidas se ha referido en múltiples documentos a la necesaria protección de las lenguas minoritarias. Pero quizás el más específico es la Declaración Universal de los Derechos Lingüísticos.

#### *3.4.1. Declaración Universal de los Derechos Lingüísticos*

En 1996, sesenta y una instituciones y organizaciones no gubernamentales suscriben en Barcelona, bajo el amparo de la Unesco, la Declaración Universal de los Derechos lingüísticos, y lo hacen con una premisa básica: «todas las lenguas son la expresión de una identidad colectiva y de una manera distinta de percibir y de describir la realidad, y por ello tienen que poder gozar de las condiciones necesarias para su desarrollo en todas las funciones» (Art. 7 Declaración Universal de los Derechos lingüísticos).

El texto recoge toda una sección (Sección III) dedicada al papel de los medios de comunicación. En él, entre otros derechos, reconoce el de toda comunidad lingüística

[...] a disponer de todos los medios humanos y materiales necesarios para asegurar el grado deseado de presencia de su lengua y de autoexpresión cultural en los medios de comunicación de su territorio: personal debidamente formado, financiación, locales y equipos, medios tecnológicos tradicionales e innovadores (art.36). [Y a recibir, a través de dichos medios] un conocimiento profundo de su patrimonio cultural (historia y geografía, literatura y otras manifestaciones de la propia cultura) (art.37).

Con este artículo (art.37) como inspiración, la UNESCO aprueba en 2001 la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural en la que por fin quedan incluidos, de manera explícita, los derechos lingüísticos como parte de los derechos a la diversidad cultural.

#### *3.4.2. Carta Europea de las Lenguas Regionales o Minoritarias*

En esa misma línea, la Unión Europea ha desarrollado buen número de normas y recomendaciones en defensa de las lenguas y culturas minoritarias. El Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y las Libertades Fundamentales de 4 de noviembre de 1950 (Artículo 14) ya recoge dicha defensa. El Tratado de Maastrich (art.151), el de Amsterdam (en su Protocolo anexo), o el propio Consejo de Europa (en resolución de 21 de enero de 2002) aluden igualmente al respeto y la protección de la

diversidad cultural y lingüística. Pero el texto más relevante de cuantos ha elaborado la Unión Europea en este ámbito es la Carta Europea de Lenguas Regionales o Minoritarias.

Elaborada por la Unión Europea en 1992 y ratificada por España en 2001, su planteamiento se resume básicamente en la siguiente premisa:

La protección de las lenguas regionales o minoritarias históricas de Europa<sup>37</sup>, de las que algunas corren el riesgo de desaparecer con el tiempo, contribuye al mantenimiento y al desarrollo de las tradiciones y la riqueza culturales de Europa; [...] el derecho a utilizar una lengua regional o minoritaria en la vida privada y pública constituye un derecho imprescriptible (Carta Europea de las Lenguas Regionales o Minoritarias, 1992, Preámbulo)

El objetivo básico del texto es, pues, garantizar el «fomento de las lenguas regionales o minoritarias, con el fin de salvaguardarlas» (art.7.1.c). Para ello, impone medidas potenciadoras en ámbitos como la enseñanza, la justicia o la administración. Y como no, en el de los medios de comunicación.

El artículo 11 del texto europeo explicita las funciones que los medios de comunicación tendrán en el logro de dicho objetivo. Y entre otras, establece que en aquellos territorios en que se hablen dichas lenguas y donde las autoridades públicas tengan competencias y atribuciones en la materia —como es el caso de las Comunidades Autónomas españolas—, se deberá «garantizar la creación de, al menos, una emisora de radio y un canal de televisión en las lenguas regionales o minoritarias» (*Art.11.a.i*).

Como defiende Zabaleta, «el número y la calidad de los medios de comunicación es, entre otros, un importante indicador para determinar el dinamismo de una comunidad en relación con su idioma y cultura» (2008, p. 2). Esa consideración está en el origen de la exigencia de medios que impone la Carta Europea de Lenguas Minoritarias, una exigencia con la que choca el cierre de Canal 9.

---

<sup>37</sup> En el caso de España, el texto de ratificación de esta Carta reconoce como lenguas minoritarias *las lenguas reconocidas como oficiales en los Estatutos de Autonomía de las Comunidades Autónomas del País Vasco, Cataluña, Illes Balears, Galicia, Valenciana y Navarra (INSTRUMENTO de ratificación de la Carta Europea de las Lenguas Regionales o Minoritarias, hecha en Estrasburgo el 5 de noviembre de 1992), además de todas aquellas que amparan los diferentes estatutos de autonomía.*

### 3.4.3. *Llei 4 /1983, de 23 de novembre, d'ús i ensenyament del valencià*

En España, el mandato constitucional ya había asumido como propio ese mismo espíritu, emanado de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. El artículo 20.3 de la Constitución Española «ha integrado el pluralismo lingüístico como una parte sustancial del complejo constitucional libertad de expresión/organización democrática de las comunicaciones» (Alcaraz, 1999, p. 305).

Dicho pluralismo lingüístico impregna los estatutos de autonomía —como se ha ido viendo—, y da origen durante la década de los 80 a un buen número de leyes específicas en los diversos territorios del Estado español. Entre ellas, en 1983, la recién constituida Generalitat Valenciana aprueba la *Llei d'Ús i Ensenyament del Valencià*, que sigue hoy vigente y marca la pauta en la defensa y promoción del valenciano:

La Generalidad Valenciana tiene un compromiso irrenunciable en la defensa del patrimonio cultural de la Comunidad Autónoma y, de manera especial, en la recuperación del Valenciano, lengua histórica y propia de nuestro pueblo, del que constituye la más peculiar seña de identidad (Llei 4 /1983, de 23 de novembre, d'ús i ensenyament del valencià, 1983, Preámbulo).

El objetivo básico de la norma es, en definitiva, hacer efectiva la recuperación de la lengua propia, en un contexto de desequilibrio lingüístico evidente, y garantizar su conocimiento y su uso por parte de todos los ciudadanos en cualquier ámbito público. La enseñanza es, obviamente, el principal instrumento de que se vale la ley, sin embargo la administración, los poderes públicos, y evidentemente, los medios de comunicación, forman parte también del entramado de mecanismos de recuperación del valenciano.

A los medios de comunicación dedica esta ley el Título III. En él exige al Consell que vele «para que el valenciano tenga una adecuada presencia en aquellas emisoras de radio y televisión y demás medios de comunicación gestionados por la Generalidad Valenciana, o sobre los que la misma tenga competencia» (Art. 25.1) y determina que «todos los ciudadanos tienen el derecho de ser informados por los medios sociales de comunicación tanto en valenciano como en castellano» (Art. 26.1).

En definitiva, a lo largo del último cuarto de siglo, la legislación, sobre todo la autonómica, pero también la estatal, e incluso la europea, ha ido poco a poco detallando las funciones y principios que deben regir de manera específica las televisiones autonómicas, diferenciando así dichas funciones de las más genéricas asignadas al servicio público de televisión de ámbito estatal. Como defienden Azurmendi, Manfredi y López (en Miguel de Bustos, y Casado del Río, 2012, p. 92), las leyes autonómicas de televisión han definido «desde el primer momento dos características esenciales del servicio público de televisión autonómica, el de ser una televisión de identidad y de proximidad. Dichas leyes constituyen el principal rasgo diferenciador con respecto al servicio público estatal de televisión, y son también aspectos claves de la definición de servicio público de la televisión autonómica».



## 4. Fundamentos políticos

### 4. Fundamentos políticos

4.1. La información como elemento primario en la formación de opinión

4.2. La televisión pública de proximidad como tribuna de debate y participación

Una vez abordados los fundamentos legislativos y jurídicos, cabe analizar los fundamentos políticos. A primera vista podría parecer redundante, sin embargo, como explica Habermas:

«Aunque con frecuencia en los círculos académicos pronunciamos de manera casi simultánea las palabras derecho y política, al mismo tiempo nos hemos acostumbrado a considerar el derecho, el Estado de derecho y la democracia como objetos pertenecientes a diferentes disciplinas: la jurisprudencia trata del derecho, mientras que la ciencia política lo hace de la democracia; la primera considera al Estado de derecho desde el punto de vista normativo, mientras que la segunda lo hace desde una perspectiva empírica.» (Habermas, 1999, p. 247)

Considerados desde esta perspectiva empírica, los medios, la televisión —la televisión pública, por vocación— desempeñan un papel activo como posibilitadores de la formación de la opinión y, consecuentemente, como foros de participación ciudadana.

### 4.1. La información como elemento primario en la formación de opinión

«Una persona sin información es una persona sin opinión». Esta frase, tan simple como efectiva, fue un eslogan institucional de la Televisión Española del desarrollismo. Evidentemente habría mucho que matizar respecto al concepto de «información» que manejaba la dictadura. Sin embargo, hechas todas las salvedades, lo cierto es que define

con mucha claridad la condición de elemento primario, *sine qua non*, que la información tiene en la formación de la opinión.

En cualquier sociedad, los medios de comunicación —desde el cuentacuentos de la tribu preindustrial a la televisión digital— son un instrumento fundamental para suministrar información, lo más completa y detallada posible, de modo que el individuo disponga de recursos útiles para formarse sus propias opiniones. No se trata evidentemente de confundir los medios con un *Gran Hermano* que suministra una verdad única y dicta lo que los ciudadanos tienen que saber o deben pensar. Justo al contrario. Se trata de que sea el propio ciudadano el que elabore a partir de su reflexión, juicios sobre asuntos de toda índole.

Por tanto, garantizar la capacidad de decidir libremente exige garantizar el suministro de información. Sólo de ese modo es posible el flujo que lleva de la información a la reflexión y de ésta a la opinión y finalmente a la decisión. Desde el punto de vista normativo la propia Constitución Española reconoce como fundamental el «derecho a comunicar y recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión» (Constitución Española, 1978. Art. 20.1 d). En la práctica política esa norma supone la exigencia de unos medios que garanticen el acceso de los ciudadanos a ese repertorio informativo. Como afirma Pérez Llavador:

El derecho a la información y a la libertad de expresión, la publicidad de las actuaciones del poder y la institución prensa, encuentran precisamente su razón de ser democrática en posibilitar a los ciudadanos el conocimiento sobre la *realidad* y sus interpretaciones con el fin de que puedan formarse lo más consecuentemente posible su voluntad y su opinión.  
[Pérez Llavador en (Aznar, Hugo y Pérez Llavador, Jordi, 2014, p. 62)]

En el ámbito de la proximidad esa «realidad» a que se refiere Pérez Llavador es, como se ha expuesto en los capítulos 1 y 2, la más cercana, geográfica y culturalmente. Son, por tanto, los medios de proximidad los más adecuados para proporcionar información exhaustiva de su territorio de referencia. Difícilmente de otro modo se puede suministrar una información que sea realmente elemento útil para la construcción de la opinión sobre los asuntos más próximos.

#### **4.2. La televisión pública de proximidad como tribuna de debate y participación**

Además de la función de suministrador de información, desde el punto de vista político la televisión pública tiene una segunda razón de ser que deriva directamente de ésta: la de ofrecer una tribuna para la participación ciudadana.

El texto del Estatuto de Autonomía reconoce a todos los valencianos el «derecho a participar de forma individual, o colectiva, en la vida política, económica, cultural y social de la Comunitat Valenciana» (Ley Organica 5/1982, de 1 de julio, del Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana , 1982. Art.9.4).

En la sociedad del audiovisual, la televisión pública, y mucho más la televisión pública de proximidad, recoge esa función de tribuna pública de discusión y debate que se daba en el ágora griega y que permite trasladar a la práctica política la teoría normativa.

En su espacio comunicativo de referencia una televisión pública de proximidad es, por tanto, una plaza pública que sirve de escenario al flujo comunicativo: la opinión del ciudadano, las diferentes opiniones, se someten al debate, a la contraposición de ideas que está en el origen de la opinión pública, de tal manera que la opinión actúa como germen de la opinión pública y el ciudadano, individuo, queda transformado en actor político con un papel activo en la sociedad de la que forma parte. Como afirma Habermas:

[...] las estructuras comunicativas del espacio público conforman una red ampliamente expandida de sensores que reaccionan ante la presión de los problemas que afectan a la sociedad en su conjunto y que además estimulan la generación de opiniones de mucha influencia (Habermas, 1999, p. 244).

De este modo, esas «estructuras comunicativas» de las que formaría parte la televisión pública permitirían que el ciudadano, que no ejerce el gobierno de manera directa, sí tenga una influencia orientadora de las actuaciones políticas.

En el ámbito del espacio comunicativo que centra esta tesis, Julià Álvaro, periodista y miembro del Comité de Redacción de la televisión autonómica, lo explica así:

La RTVV es justificada i s'ha de trobar a faltar per la manca d'espais de debat públic compartits per la ciutadania, per la manca d'informació completa, local i autonòmica, que necessita el ciutadà per a formar-se una opinió, per a votar en les pròximes eleccions. [Julià Álvaro en (Requena, 2015, p. 114)]

En el contexto de la actual corriente filosófica de la democracia deliberativa, la participación social en los medios públicos, concebidos como foro, no es el único camino ni es necesariamente el mejor, pero es indiscutiblemente un camino eficaz. Si se tiene en cuenta que al comienzo del siglo XXI Occidente sigue siendo la sociedad del «homo videns» y la que se ha dado en llamar «brecha digital» mantiene a un porcentaje amplio de población fuera del acceso a las redes sociales, la televisión pública de proximidad es instrumento básico para dar voz y permitir la participación social de todos los ciudadanos.

## II

### LA PROXIMIDAD EN LA TELEVISIÓN PÚBLICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (1971-2013)

5. **Aitana, el germen de la proximidad (1971-1989)**
6. **Canal 9-TVV, la televisión espejo (1989-2013)**



## **CAPÍTULO II. LA PROXIMIDAD EN LA TELEVISIÓN PÚBLICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (1971-2013)**

Una vez expuestos los fundamentos que sustentan la información audiovisual de proximidad y reconocida su importancia, este segundo capítulo se dedica a repasar pormenorizadamente lo que fue la información de proximidad en la televisión pública de la Comunidad Valenciana hasta 2013, año del cierre Canal 9. Dicho repaso se realiza considerando los tres vectores que configuran la información: el medio, el producto, y las fuentes.

El capítulo se divide en dos grandes epígrafes que corresponden a dos etapas bien diferenciadas:

El epígrafe cinco del estudio se dedica a la primera de ellas, la que se desarrolla entre 1971, año de creación de la delegación valenciana de Televisión Española, y 1989, en que se pone en marcha Canal 9. En este apartado se recorre brevemente la historia de Aitana, se describen sus funciones y las características del producto de proximidad que emite y se detallan los medios humanos y técnicos con que cuenta a lo largo del periodo.

El sexto epígrafe repasa los 24 años de emisiones de la cadena pública autonómica hasta su cierre en 2013. Se detallan los medios técnicos y humanos de Televisión Valenciana, se profundiza en el producto de proximidad que ofreció y en los instrumentos y mecanismos que utilizó para acercar la información al espectador de la Comunidad y, por último, se da voz a las fuentes para conocer su nivel de visibilidad a lo largo del periodo.





## 5. Aitana, el germen de la proximidad (1971-1989)

### 5. Aitana, el germen de la proximidad (1971-1989)

5.1. La creación del medio

5.2. Funciones del centro territorial

5.3. Medios técnicos y humanos

### 5.1. La creación del medio

La historia de la televisión en la Comunidad Valenciana se remonta a 1959. Ese año se recibían por primera vez en la ciudad de Valencia las imágenes emitidas por Televisión Española desde Barcelona y en febrero del año siguiente esas emisiones eran ya regulares en la capital y su área metropolitana. Un año después, con la instalación de un repetidor en la sierra de Aitana, la cobertura se iría ampliando paulatinamente hasta cubrir todo el territorio.

En 1969 se abría, en dependencias del ministerio de Información y Turismo, la delegación territorial de Televisión Española en Valencia. Un piso en la calle Navarro Reverter era la primera sede de un medio que, sin embargo, no comenzaría a funcionar hasta 1971. El 31 de julio de ese año el entonces ministro de información y turismo, Alfredo Sánchez Bella, inauguraba oficialmente la sede del centro regional que durante la década de los 70 dirigieron Eduardo Sancho y José Llorca.

Televisión Española se implantó en la Comunidad en un contexto informativo completamente desvertebrado. El panorama de la información escrita se estructuraba en diarios de enfoque provincial, e incluso local. No existía, en el momento de poner en marcha la delegación, ningún medio con cobertura y enfoque global<sup>38</sup>. Aitana constituyó

---

<sup>38</sup> Es cierto que, pese a la concepción global, regional, con que nace el centro territorial de TVE en la Comunidad, la diferencia de medios humanos y técnicos entre Valencia, Castellón y Alicante marcará a lo

pues el germen de la televisión de proximidad regional, en el sentido en que este estudio la analiza.

## 5.2. Funciones del centro territorial

La delegación de Televisión Española en la Comunidad nació con una función única: ser «unidad informativa, enviando crónicas a los servicios centrales» (Reig Cruañes, 1990, p. 79).

La primera emisión del informativo territorial, conocido desde el primer momento como *Aitana*<sup>39</sup>, se remonta a 1974. Ese año Televisión Española puso en marcha las primeras desconexiones territoriales.

Florencio Lozano y Toni Lara, Toni Gómez y el propio Eduardo Sancho fueron los primeros presentadores de unos noticiarios regionales hechos con escasos medios y bastante imaginación cuando aún estaba muy lejos la posibilidad de pensar en una televisión autonómica, porque no había siquiera una verdadera autonomía. [Francisco Pérez Puche, citado en (Bas, 2000)].

Aquellas primeras desconexiones se limitaban a 15 minutos de información de proximidad, emitidos sólo de lunes a viernes, y cuyo ámbito de cobertura no respondía a la estructura territorial del Estado sino a los condicionantes técnicos.

De hecho, inicialmente el centro nació para cubrir no sólo el territorio propio —Alicante, Castellón y Valencia— sino también Ibiza y la región de Murcia —entonces, Murcia y Albacete—, en tanto el resto de centros territoriales no estuvieran creados. Era lo que se conocía como Zona VII de la Red Estatal de RTVE, que provocaría cierta polémica, porque desde el comienzo de la Transición, Televisión Española en la Comunidad alternó el uso del castellano con el valenciano y desde Murcia y Albacete se recibieron críticas por ello (Anchel, 2002) (López García, Guillerm (ed.), 2010, p. 202).

---

largo de toda su historia, un cierto centralismo informativo que aún hoy conserva y del que dará cuenta el análisis de contenido de este estudio.

<sup>39</sup> Aitana es el nombre del pico donde se instaló el primer repetidor que permitió en 1962 dar cobertura a todo el territorio de la actual Comunidad Valenciana. Fue el nombre que recibió inicialmente la delegación y el informativo territorial y, aunque ahora ya no se llama así, popularmente se sigue conociendo como Aitana a la delegación de Televisión Española en la Comunidad. En este estudio se utilizará ese término como sinónimo de dicha delegación.

Tras la creación del resto de centros, las emisiones de *Aitana* se restringieron al ámbito de la Comunidad Valenciana.

Al marge de la funció bàsica de subministrar notícies a la seu central, l'emissió d'aquest informatiu servirà al centre territorial per a regularitzar l'aparició de notícies referides a l'àmbit regional i anar adaptant-se a la nova situació autonòmica (Bas, 2000).

El uso del valenciano siguió siendo objeto de polémica, aunque por motivos bien distintos al ya mencionado. En algunos sectores de la sociedad valenciana se consideró insuficiente su nivel de presencia en la desconexión territorial. En 1984 se creó el primer Consejo Asesor de Radiotelevisión Española en la Comunidad Valenciana que desde el primer momento se hizo eco de esta carencia:

[El Consejo] ha venido emitiendo, desde su constitución, una Memoria en la que siempre ha introducido la recomendación de incrementar el uso del valenciano en las emisiones de RTVE en la Comunidad Valenciana pues dicha presencia es muy escasa, lo que se evidencia, sobre todo, en el menguado tiempo dedicado a los informativos de TVE en la CV que ponen en entredicho las obligaciones de la radiotelevisión estatal en el ámbito autonómico (Alcaraz, 1999, p. 312).

En la década de los 80 las emisiones se concretaban en un informativo territorial de apenas media hora de duración y un magazine de otra media hora, *Cita a las dos*, con contenidos de proximidad. Todo ello emitido de lunes a viernes. Los fines de semana, desde el comienzo de las emisiones —y aún ahora— Televisión Española no contaba con desconexiones territoriales de ningún tipo. José Manuel Granero<sup>40</sup>, que fuera en la década de los 80 director de aquel magazine en *Aitana*, recuerda que:

*Aitana* era un centro territorial cuyo principal objetivo era servir como corresponsalía de Madrid. Tenía exactamente la misma función que en Canal 9 se asignó después a los corresponsales comarcales. O nos encargaban temas desde Madrid o éramos nosotros quienes ofrecíamos un menú de asuntos previstos en agenda, o noticias de alcance que suscitaran el interés informativo. Básicamente servía para dar cobertura al deporte, a los actos institucionales más importantes o al suceso del día. Había que cubrir media hora de

---

<sup>40</sup> José Manuel Granero trabajó durante los años 80 en el centro territorial de TVE en la Comunidad Valenciana. Allí dirigió *Cita a las dos*, el magazine de media hora que el medio emitía de 14 a 14:30 horas. Meses antes de la puesta en marcha de Televisión Valenciana abandonó el centro territorial para incorporarse a la incipiente plantilla de RTVV. En el medio autonómico ha trabajado durante los últimos 25 años. Aquí ha asumido diferentes responsabilidades, entre ellas la dirección de producción de los servicios informativos durante ocho años.

informativo local con todas estas cosas. Mucha exposición, vídeos muy largos. Ni se planteaban hacer piezas de cincuenta y cinco segundos; se estiraban las noticias hasta tres minutos para poder abarcar esa media hora (José Manuel Granero. Entrevista 17).

### 5.3. Medios humanos y técnicos

La delegación de Televisión Española en la Comunidad contó durante los años 70 con más imaginación que medios. Como explica Bas, «en aquell moment els recursos tècnics i humans del Centre territorial eren prou limitats: comptava amb un estudi, dues càmeres i sis persones per dur endavant tot el treball» (Bas, 2000).

En los años 80, ya instalada la delegación en la nueva sede de la calle Lebón, los medios crecieron. El mundial de fútbol del 82 en España obligó a Televisión Española a reforzar y mejorar los recursos de la cadena y, por supuesto, de los centros territoriales. Según explica Bas, «en el cas valencià, a la nova seu del carrer Lebón anirà implantant-se el suport vídeo, apareix el color en les emissions regionals, s'incrementa l'horari de desconexió territorial i la plantilla creix amb l'incorporació de nous professionals» (Bas, 2000).

Contaba entonces Aitana con una plantilla de más de 60 personas, ubicadas, mayoritariamente en la sede de Valencia. En Alicante y Castellón los medios se reducían drásticamente —tres y dos redactores, respectivamente, y otros tantos cámaras—. No disponían de unidades móviles y el propio director general de RTVE definiría la sede en una comisión de control parlamentaria como un «pseudo-garaje» (*Jornadas sobre el papel de la televisión estatal en las Comunidades Autónomas*, 1990, p. 88). José Manuel Granero reconoce que «realmente no había volumen humano ni técnico para sacar adelante media hora de informativo al día. Era un centro territorial que nutría a Madrid de noticias. No estaba preparado para fabricar media hora de televisión informativa al día» (José Manuel Granero. Entrevista 17).

Aun así, Aitana aportó, durante 15 años, el único relato de proximidad audiovisual de que disponían los ciudadanos de la Comunidad Valenciana. Se trataba de un relato esquemático, obviamente, y emitido en un 90 por ciento, en castellano. Con todo, «aquella Aitana fue —según Granero— el germen del primer Canal 9». Juan José Bas lo explica del siguiente modo: «Es tracta d'un moment crucial en la definició del model

audiovisual descentralitzat: l'organització territorial de RTVE, impulsada per l'Estatut de l'any 1980, pretén una adaptació a l'estructura autonómica de l'Estat i en un primer moment els centres territorials aspiren a constituir-se en un tercer canal descentralitzat de RTVE» (Bas, 2000, págs. 45-46).

De hecho, en la Comunidad Valenciana, como en otras muchas comunidades, el nacimiento de la televisión autonómica supuso un importante punto de inflexión para la delegación territorial de TVE. En primer lugar porque generó, como se avanzaba antes, dudas respecto a su función. En segundo lugar, porque el proyecto de televisión autonómica obligó a remodelar la plantilla de *Aitana*. «Aproximadamente dos años antes de comenzar a emitir Canal 9 —explica José Manuel Granero— el proyecto ya estaba en marcha. Había que diseñarla, construir la sede, dotarla. Y Amadeu [Fabregat] fue quien se ocupó, con buena parte de la plantilla que tenía en el centro territorial de Televisión Española, de poner en marcha el nuevo proyecto de televisión autonómica» (José Manuel Granero. Entrevista 17).

Un alto porcentaje de los profesionales del centro, incluido su director de entonces, Amadeu Fabregat<sup>41</sup>, pasaron a formar parte de la primera plantilla del medio autonómico, que necesitaba dotarse, aun antes de comenzar sus emisiones, de personal con mucha experiencia: había que poner en marcha un proyecto completamente nuevo en una comunidad en la que el mercado de profesionales del audiovisual era aún prácticamente nulo (*Jornadas sobre el papel de la televisión estatal en las Comunidades Autónomas*, 1990, p. 81).

---

<sup>41</sup> Amadeu Fabregat, primer director general de Radio Televisión Valenciana, es nombrado director de Televisión Española en la Comunidad Valenciana en 1984, con la intención de que adquiriera la formación y el rodaje técnico y profesional necesario para asumir después la responsabilidad de poner en marcha RTVV.



## 6. Canal 9-TVV, la televisión espejo (1989-2013)

### 6. Canal 9-TVV, la televisión espejo (1989-2013)

- 6.1. Televisión Valenciana: desde la gestación hasta el cierre
  - 6.1.1. La gestación del proyecto
  - 6.1.2. “Estamos en el aire”: Televisión Valenciana en pruebas
  - 6.1.3. Los informativos, el buque insignia
  - 6.1.4. La reacción del ciudadano
  - 6.1.5. El cambio de gobierno
  - 6.1.6. El cierre
- 6.2. El enfoque de proximidad en los informativos autonómicos
  - 6.2.1. El uso del valenciano como elemento de proximidad
  - 6.2.2. Vertebrar la información para vertebrar el territorio
  - 6.2.3. Otros elementos de proximidad
  - 6.2.4. *Valencianizar* la información nacional e internacional
- 6.3. La proximidad en los informativos no diarios
- 6.4. La visibilidad de las fuentes de proximidad en Televisión Valenciana
- 6.5. Aitana: el papel de la televisión estatal en una comunidad con televisión propia

A lo largo de casi 25 años de existencia, Televisión Valenciana configuró de manera sustancial el ecosistema comunicativo de la Comunidad Valenciana. En este epígrafe se repasará qué fue Canal 9, cómo se articularon sus informativos y cómo se afrontó el enfoque de proximidad desde un medio autonómico.

El objetivo es caracterizar el producto de proximidad que TVV ofreció en la Comunidad Valenciana entre 1989 y 2013 para obtener el referente que nos permita saber cómo es el relato de proximidad a partir de 2014 y si resulta suficiente para cubrir el espacio que ocupaba la proximidad en la televisión pública autonómica y la función que desempeñaba el medio en el ecosistema comunicativo valenciano.

## **6.1. Televisión Valenciana: desde la gestación hasta el cierre**

La Constitución y, más explícitamente el Estatuto de Autonomía, recogían, como se ha expuesto en el primer capítulo, el mandato de creación de un ente autonómico capaz de servir como altavoz al espacio comunicativo de la recientemente creada Comunidad Valenciana.

De hecho, la tarea de diseñar este proyecto se abordaría de manera inmediata, tras las primeras elecciones autonómicas de 1983 y se emprendería como otro paso más en la construcción de la autonomía. No en vano, puede afirmarse, con Bas, que «la configuració històrica de l'Estat de les Autonomies ha situat la Radiotelevisió Valenciana com un instrument polític bàsic en la creació d'un sentiment i d'un projecte polític comú per al poble valencià» (Bas, 2000, p. 540).

Con esa voluntad se ponía en marcha en 1984 el proceso de creación de la televisión autonómica valenciana.

### *6.1.1. La gestación del proyecto*

En febrero de 1984, recién iniciada la legislatura y sólo tres meses después de la aprobación de la Ley del Tercer Canal, el grupo de Alianza Popular (en la oposición) presentaba un primer borrador de la ley de creación de Radio Televisión Valenciana. Aquel borrador fue rechazado por la mayoría socialista pero tuvo la virtud de colocar en la agenda la ley de creación. El grupo en el gobierno (PSPV) presentó su propio proyecto y, tras meses de debates y enmiendas, las Cortes Valencianas lo aprobaron por unanimidad el 4 de julio de 1984 (Ánchel Cubells, 2002, pp. 90 y ss.).

La Ley de Creación de RTVV vino «a profundizar en nuestro concepto de autogobierno, posibilitando una antigua y renovada aspiración del Pueblo Valenciano: la de expresarse y comunicarse en su propia lengua para lo cual, los medios de comunicación de carácter público constituyen el soporte idóneo» (Ley de la Generalidad Valenciana 7/1984, de 4 de julio, de creación de la entidad pública Radiotelevisión Valenciana. Preámbulo).

El articulado de la Ley reproducía básicamente el de la Ley del Tercer Canal, salvo por el hecho de que había de ser el Consejo de Administración del Ente quien propusiera al



Consell el nombramiento del director general, y, más importante para este estudio: antepónía la defensa y promoción del valenciano.

La Dirección General de Medios de Comunicación, con María García Lliberós al frente, asumió la misión de concretar el modelo de radiotelevisión autonómica que quería implantarse. Se barajaron cuatro modelos distintos, que Anchel Cubells resume en la siguiente tabla:

ALTERNATIVA	PRODUCCIÓN				FUSIÓN								
	Carácter Producción Propia	Carácter Informativos	Carácter Producción Ajena	Sonido dual (dos lenguas)	Estructura Emisión	Fases consideradas	Horario semanal "Objetivo"						
							PROGRAMACIÓN		PRODUCCIÓN				
H/semana													
<b>A</b>	-Informativos, retransmisiones, debates, magazines y similares  -Sin soporte técnico para la producción documental y musicales complejos.	-Informativos plenos (noticias, reportajes, entrevistas) de ámbito local, regional, nacional e internacional.	-Sin discriminación (ficción dramáticos, documentales, musicales, dibujos)	-Considerado como opción de inversión.	-Emisión única desde Valencia	Fase A1	25	-	13	2	-	2	8
			-Equilibrio entre criterios de protección a la industria nacional y de rentabilidad. Sin fomentar con medios e inversiones la producción autóctona.	-Doblajes realizados con medios técnicos de TVV.	-Centros de producción en Valencia, Alicante y Castellón.	Fase A2	50	-	25	2	-	6	17
<b>B</b>	-Informativos, retransmisiones, debates, magazines y similares  -Idem A.	-Informativos plenos (noticias, reportajes, entrevistas) de ámbito local, regional, nacional e internacional.	-Formato de la producción autóctona mediante colaboración con el sector privado.	-Considerado como opción de inversión.	-Emisión única desde Valencia	Fase B1	30	10	-	2	4	5	9
			-Posibilidad de creación de empresas mixtas.	-Doblajes realizados con medios técnicos de TVV.	-Centros de producción en Valencia, Alicante y Castellón.	Fase B2	50	20	2	2	9	5	12
<b>C</b>	-Muy elevada  -Todo tipo de programas	-Informativos plenos (noticias, reportajes, entrevistas) de ámbito local, regional, nacional e internacional.	-Sin discriminación.	-Fuerte presencia del valenciano.	-Emisión única desde Valencia	Fase C1	30	5	15	2	-	5	11,5
			-Criterios comerciales.		-Centros de producción en Valencia, Alicante y Castellón.	Fase C2	40	10	30	1	-	4	15
			-Coproducciones con otras sociedades.			Fase C3	50	20	62,5	1	-	3	13,5
<b>D</b>	-Idem B.	-Idem A.	-Idem B.	-Idem A.	-Emisión fraccionada en parte del horario. Con centros en Valencia, Alicante, Castellón y Gandía.	Fase D1	30	10	2	2	4	5	9
						Fase D2	50	20	2	2	9	5	12

Fuente: (Ánchel Cubells, p. 44)

En todos los modelos el carácter de los informativos era el mismo: se trataba de informativos plenos —noticias, reportajes, entrevistas— de ámbito local, autonómico, nacional e internacional.

La Dirección General de Medios optó por el segundo de los modelos que no obstante, no sería ése el elegido finalmente.

Amadeu Fabregat, hasta ese momento delegado de RTVE en la Comunidad, era nombrado director general del ente autonómico y, en contra de lo recomendado por la Dirección General de Medios, decidía apostar por un modelo híbrido entre el primero y el

segundo. Según recoge Anchel Cubells, buscaba sobre todo la rentabilidad sin alejarse demasiado de los canales públicos en marcha. Pero siempre teniendo en cuenta el papel de «infraestructura motriz del potencial endógeno» que el II Programa Económico Valenciano (PEV2) le reconocía a la Televisión Valenciana en 1987 (Quílez, 1990, p. 144). Se buscaba pues convertir el medio autonómico en motor de la economía y la sociedad valencianas. Fabregat, además —defiende Quílez (1990, pag. 168)— «hace mayor hincapié en lo territorial como carácter diferencial que sumar, en el desarrollo práctico del modelo, al efecto buscado (inicialmente al menos) de servir de “locomotora” al sector audiovisual de la Comunidad».

Con esos criterios se planificó el Centro de Producción de Programas (CPP) de Burjassot, donde finalmente se ubicaría la sede central de la televisión valenciana. Sobre una parcela de 30.000 metros cuadrados, el CPP contaría con una superficie edificada de 15.000 metros cuadrados y con los siguientes medios técnicos:

4 Estudios	Superficie	Cámaras	Uso
<b>1+control</b>	800m <sup>2</sup>	5/6	Musicales, programas infantiles y concursos (grabados/directos)
<b>2+control</b>	400m <sup>2</sup>	4/5	Musicales, debates, concursos y magazines (grabados/directos)
<b>3+control</b>	200m <sup>2</sup>	3/4	Informativos, debates, magazines, presentaciones y promociones de emisión
<b>1estudio-locutorio</b>	50m <sup>2</sup>	1/2	Presentaciones, promociones, continuidad
4 Unidades móviles	<b>Cámaras</b>	<b>Medios técnicos</b>	<b>Usos</b>
<b>1</b>	7/8	Audio y vídeo + equipo electrónico de alta tecnología	Retransmisiones deportivas y grandes eventos
<b>1</b>	5		
<b>2</b>	3	Equipos ligeros	Reportajes rápidos
Enlaces móviles			
2 Salas de postproducción			
2 Salas de doblaje			
18 equipos ENG			

Fuente: Elaboración propia con los datos del *I Congrés d'Economia Valenciana*, Valencia, *Conselleria d'Economia i Hisenda*, 1985, vol. I, pp. 207-224.

Al mando de todo ello, Amadeu Fabregat se mantendría en el cargo de director general de RTVV hasta las elecciones autonómicas de 1995. Junto a él, Rafael Cano, hasta ese momento realizador de Aitana, asumió la dirección de TVV, Eliseo Lizarán, redactor-jefe de Aitana, se convertía en director de informativos de la cadena autonómica, y Juli Esteve, era nombrado coordinador de los informativos diarios y no diarios.

En julio de 1989 comenzó a ocuparse el CPP de Burjassot. Los primeros en incorporarse, una vez finalizado el proceso de oposición para la selección de personal, fueron cámaras y redactores que comenzaban el periodo de rodaje antes del inicio de las emisiones. Una buena parte de ellos, como se ha apuntado, procedían del centro territorial de TVE. José Manuel Granero recuerda la impresión que les produjo el salto de una delegación territorial a un centro de producción de programas:

Para los que llegamos de Aitana, Canal 9 era mágico. El cambio que supuso para nosotros fue rotundo. En Aitana había un camerino, en Televisión Valenciana 12; en Aitana había un plató pequeño para hacer de todo de apenas 200 metros, en Canal 9 en cambio había cuatro y sólo uno de ellos ocupaba 800 metros; en Aitana había dos técnicos que hacían de todo frente a 80 en Canal 9 con tareas definidas. La diferencia entre la dimensión del centro territorial y el centro de producción de Canal 9 era tremenda (José Manuel Granero. Entrevista 17).

En aquellos primeros momentos la prioridad era poner en marcha la redacción de informativos de acuerdo con la vocación de información como servicio público y de contribución a la consolidación de la nueva realidad sociopolítica con que había nacido la cadena.

La idea era crear por primera vez un medio de comunicación que llegara a todos los valencianos, hacer comunidad, interrelacionando y comunicando ciudadanos para fortalecer una conciencia de «ser valencianos» que en aquel momento era débil en una gran parte del territorio (Juli Esteve. Coordinador de Informativos de RTVV entre 1989-1995. Entrevista 18).

#### 6.1.2. «Estamos en el aire»: Televisión Valenciana en pruebas

El 9 de octubre de 1989 era, como se ha mencionado, la fecha elegida por la dirección de Televisión Valenciana para comenzar las emisiones. Sin embargo, un fuerte temporal de

lluvias obligaba la primera semana de septiembre de aquel año a cambiar los planes para dar servicio a los intereses y realidades del entorno:

Canal 9 comença hui les seues emissions de proves. Els serveis informatius de Televisió Valenciana, que no funcionaràn a ple rendiment fins el 9 d'octubre, s'han afegit al dispositiu preparat en esta ocasió a causa de l'aparició del fort temporal que sacsetja tot el territori valencià.<sup>42</sup>

Eran las primeras palabras que los ciudadanos de la Comunidad Valenciana pudieron escuchar en Canal 9. En un boletín informativo de apenas dos minutos Xelo Miralles hacía un recorrido visual por el territorio de la Comunidad afectado por el temporal y citaba Orihuela, Picassent, Beniparrell, Alba, Bétera, Moncada, Valencia; las comarcas de l'Horta Sud, la Ribera, l'Horta Nord o la Vall d'Albaida, y los ríos, Segura, Xúquer, Albaida, Cànyoles o Clarià.

Aquel boletín tenía evidentemente una clara vocación de servicio público, pero más allá de ello, suponía el primer acercamiento audiovisual a una concepción de territorio vertebrado que desde ese mismo momento Canal 9 potenció. Josep Vicent Boira lo explica así:

Radio Televisión Valenciana era capaz, de alguna manera, de transmitir la idea de un mapa, de modo que los ciudadanos se sentían reconocidos. Uno es de ese espacio, de ese territorio que, evidentemente desde un punto de vista simbólico, el mapa representa. Funcionalmente, no. Funcionalmente sabemos que las cosas son mucho más complicadas que un mapa delimitado. Pero simbólicamente era tan importante como una bandera o un nombre. De alguna manera se convierte en icono y ayuda a crear un referente simbólico (Josep Vicent Boira. Entrevista 2).

A una semana del inicio de las emisiones oficiales, Amadeu Fabregat comparecía ante las Cortes Valencianas para informar de que, «según los estudios de audiencia de Ecotel, Canal 9 había llegado una semana antes de la primera emisión oficial a cotas de audiencia de entre el 30 y 38 por ciento, comparables al 48 por ciento de Canal Sur o al 44 por ciento de TV3» (Anchel Cubells, 2002, p. 57).

---

<sup>42</sup> Esta es la transcripción literal del inicio de las emisiones, un mes antes de lo previsto. Xelo Miralles, fue la encargada de dar por iniciadas, aunque en pruebas, las emisiones de la cadena autonómica: "Canal 9 comienza hoy sus emisiones de pruebas. Los servicios informativos de Televisión Valenciana, que no funcionarán a pleno rendimiento hasta el 9 de octubre, se han unido al dispositivo preparado en esta ocasión a causa del fuerte temporal que sacude todo el territorio valenciano".

En la misma comparecencia —explica Anchel— avanzaba las previsiones de programación: se emitirían 45 horas semanales regulares con una programación que iría desde las 19,30 horas hasta las 00-00:30 horas, de lunes a viernes; de 15 horas hasta las 00-00:30 horas, los sábados, y desde las 15 horas hasta las 00:00 horas, los domingos. Las 45 horas se elevarían a 65 el 21 de diciembre, emitiendo a partir de las 15 horas sin interrupción. Fabregat preveía que la evolución natural de la programación culminase a finales de febrero y principios de marzo cuando se habían de alcanzar las 85-90 horas semanales, con emisiones desde las 13 horas.

### 6.1.3. Los informativos, el buque insignia

Durante los seis primeros meses, Canal 9 emitió una única edición informativa. *Notícies 9*<sup>43</sup> nació con media hora de información, de 9 a 9:30 de la noche, presentado por Xelo Miralles, y con vocación generalista pero con un especial interés por la proximidad.

Se pretendía —recuerda Juli Esteve— informar a todo el territorio valenciano de todo lo que pasaba en el territorio valenciano y se pretendía también informar, por primera vez en valenciano, de todo lo que pasaba fuera del territorio valenciano. Esa era una novedad, y hacerlo desde aquí también lo era, porque aunque en aquel momento Aitana ya informaba en valenciano lo hacía de manera casi anecdótica, y no daba información de España, y mucho menos del mundo, hecha desde aquí y en valenciano. Nosotros la hacíamos desde aquí y en valenciano (Juli Esteve. Entrevista 18).

Durante aquel primer medio año la plantilla de informativos la componían 32 periodistas, 12 cámaras y 3 auxiliares de producción. Pero el número de profesionales creció rápidamente para atender a los retos de un panorama audiovisual cambiante.

En la primavera del año 90 —explica Esteve— comienzan a emitir las televisiones privadas y nosotros queríamos contar con un informativo en la franja del mediodía para poder competir con las nuevas cadenas. Cuando pusimos en marcha la primera edición se hizo una ampliación de plantilla. También se incorporan, contratados, periodistas expertos en determinadas materias. [...] La plantilla fue creciendo al ritmo al que iba creciendo la casa. Al final de los primeros seis años en Canal 9 había 400 profesionales en plantilla y 200 eventuales (Juli Esteve. Entrevista 18).

---

<sup>43</sup> El estudio se refiere aquí a los informativos de Canal 9. Es importante distinguir *Notícies 9*, nombre dado a los informativos de la cadena, de *Notícies 9*, el segundo canal de TVV, que nace en 1997 y mantendrá ese nombre hasta 1999 en que pasa a llamarse Punt 2.

Fue el crecimiento y el desarrollo del departamento de informativos durante la primera etapa de seis años lo que impuso el ritmo al crecimiento y desarrollo de toda la cadena. Las distintas ediciones del informativo articulaban la parrilla de programación. En 1995 Canal 9 emitía ya diariamente cuatro ediciones del Noticias 9 que cubrían la actualidad informativa desde primera hora de la mañana hasta la madrugada y abrían y cerraban la programación de la cadena.

#### *6.1.4. La reacción del ciudadano*

La puesta en marcha de la cadena pública autonómica supuso para la sociedad valenciana un cambio radical en sus rutinas informativas pero además desde el primer instante los ciudadanos percibieron la presencia de las cámaras de Canal 9 y las emisiones en valenciano como un acontecimiento. El ciudadano se sintió por primera vez reflejado en las pantallas de televisión, y la expresión *la nostra*, a la que ya se ha aludido en este estudio, comenzó a sonar familiar, sobre todo en los pueblos de la Comunidad que hasta ese momento habían recibido una casi nula —o incluso nula— atención de la televisión pública. Canal 9 normalizó sin dificultad la presencia del valenciano en los medios de comunicación y el espectador se acostumbró rápidamente a ello. Si durante las dos décadas anteriores el uso del valenciano había sido apenas testimonial en *Aitana*, Canal 9 se incorporaba al panorama televisivo de la Comunidad con una programación informativa realizada exclusivamente en valenciano.

Juli Esteve definía de la siguiente manera la reacción inicial de los ciudadanos de la Comunidad ante la nueva cadena autonómica: «com si haguérem estat emetent tota la vida. Potser era la fita més important aconseguida: tothom, des del començament, va trobar normal que hi haguera una televisió valenciana, feta per valencians, i, en bona mesura, en valencià» (Esteve, Álvaro, López, Alcañiz y Blay, 2000, p. 68).

Esta aceptación se reflejó en los índices de audiencia que durante los primeros años se mantuvieron por encima del 20 por ciento (21,4 por ciento en 1990, 22,3 en 1991, 22,5 en 1992 y 20,1 por ciento en 1993) lo que le permitió ser la segunda televisión más vista en la Comunidad Valenciana en 1990, 1991 y 1992. En 1994 bajó hasta el 17,8 por ciento y en 1995 se recuperó ligeramente alcanzando el 18,5 (Gámir, 2005).

El inicio de las emisiones de Canal 9 puso en marcha un proceso de *valencianización* de la oferta televisiva. Más allá de la popularización de la lengua, desde el punto de vista del

contenido, la oferta de información de proximidad aumentó en valores absolutos, pero lo hizo también en valores relativos, porque la nueva cadena apostó por acercar al espectador a su entorno cultural, político, económico o social. «La programación de aquellos primeros años —recuerda José Manuel Granero— se centró mucho en lo que se entendía que el espectador quería: conocer su tierra, costumbres, oficios, pasado histórico... Al principio se hizo mucha comunidad. El ciudadano estaba ávido de ver su territorio y sus habitantes» (José Manuel Granero. Entrevista 17).

Desde el primer momento la presencia de una cámara de Canal 9 en cualquier acontecimiento fue recibida por el ciudadano como un hecho normal. El espectador convirtió Canal 9 en el medio de referencia para su autoconocimiento y el conocimiento de su Comunidad.

#### *6.1.5. 1995: cambio de gobierno, cambio de orientación*

Seis años después de la puesta en marcha del proyecto, la televisión valenciana estaba consolidada. En 1995 se produjo un cambio de gobierno<sup>44</sup> y Juan José Bayona sustituyó a Fabregat en la dirección general del Ente. Vicent Tamarit dirigiría la televisión. Pero sería, en ambos casos, durante un breve periodo de tiempo. En 1996 José Vicente Villaescusa relevó a Bayona y Jesús Sánchez Carrascosa fue nombrado nuevo director de Televisión Valenciana.

Se decidió reforzar la oferta informativa con la puesta en marcha de un nuevo canal, Noticias 9<sup>45</sup>, que comenzaría a emitir el 9 de octubre de 1997. El nuevo canal nacía con el objetivo de centrar su programación en la producción propia, con información de proximidad y emitida totalmente en valenciano. «La creación de Punt 2 y el Canal Comunitat Valenciana —defiende Antoni Mollà— mejoró la demanda de productos en valenciano» (Mollà, 2007, p. 19). En esta segunda cadena se consolidarán programas de servicio público como *Solidaris* o *Medi ambient*, planteados ambos desde un claro enfoque de proximidad.

Durante esta etapa se suprimieron el primer informativo de la mañana y el último de la noche. Y se produjo un giro en el enfoque de los informativos y, en general, de la cadena.

---

<sup>44</sup>El Partido Popular gobernará en coalición con Unión Valenciana. Eduardo Zaplana es el nuevo presidente de la Generalitat.

<sup>45</sup> Noticias 9 pasaría a llamarse, sólo dos años después, en 1999, Punt 2. Más tarde cambiaría de nuevo de nombre, de tal manera que, en el momento en que cierra la cadena el canal se denomina Nou 2.

La pretensión era apostar por el tono muy comercial de la programación en Canal 9 y dejar el grueso de programación de servicio público para Noticias 9<sup>46</sup>. José Manuel Granero lo explica así:

Las televisiones privadas ya estaban consolidadas y habían dado un nuevo enfoque de lo que era la televisión. Canal 9 comenzó a desembarazarse del corsé de lo público; los índices de audiencia se convirtieron en prioridad y empezamos a hacer otro tipo de programas para mantener la publicidad y que la televisión autonómica no se quedara atrás. De esta manera, el 90 por ciento de servicio público que había primado en un principio, decayó. El carácter público se concentró en los informativos y se apostó por ellos para enseñar la Comunidad (Entrevista 17).

Villaescusa continuaría en el cargo hasta 2003 pero Sánchez Carrascosa cesó el 21 de noviembre de 1997. Fue relevado por José Forner, quien en septiembre de 1998 es sustituido a su vez por Genoveva Reig.

Coincidiendo con estos cambios políticos, la televisión experimentó una notable evolución tecnológica que influiría en las rutinas productivas de la cadena autonómica. Granero, que era en aquel momento jefe de producción de informativos, explica que «durante ocho años, hasta la crisis de las Torres Gemelas, se produce en Canal 9 una revolución tecnológica de primer nivel» (Entrevista 17).

Paralelamente a esta evolución tecnológica se produjo un debilitamiento de los contenidos informativos. Es lo que Gámir define como «progresiva desaparición de las noticias de carácter político y cultural y absoluta primacía de tiempo para deportes, sucesos, frivolidades y meteorología» (Gámir, 2005).

En 2004 Pedro García, hasta ese momento secretario autonómico de comunicación, accedía a la dirección general del Ente. Entre 2004 y 2009 se completó la modernización tecnológica de Televisión Valenciana: se digitalizó la redacción de informativos, se creó el Canal internacional que permitiría a RTVV emitir en Europa y América y en febrero de 2009 inició sus emisiones el canal 24/9, que se configuraría como un canal de información 24 horas, nutrido básicamente de los materiales proporcionados por la redacción de Punt 2 y los informativos de Canal 9, y estructurado en torno a una ronda informativa repetida cada media hora, actualizando contenidos y noticias de alcance.

---

<sup>46</sup>Por Punt 2.



Mientras funcionó el canal 24 horas se emitían 24 horas de información, una sobre otra, siempre la misma, es verdad, actualizada, remozada o retocada a lo largo del día, pero hubo momentos en que Televisión Valenciana estuvo emitiendo simultáneamente información en tres canales (José Manuel Granero. Entrevista 17).

La etapa estaría marcada por importantes despliegues informativos y la cobertura de grandes eventos, las retransmisiones de la Fórmula 1, la Copa América o la cobertura de la visita del Papa a Valencia.

#### *6.1.6. El cierre*

En 2009 se incorporó a la cadena José Luis López Jaraba, quien venía de ocupar diversos puestos de responsabilidad en el diario ABC. Tras unos meses dirigiendo el nuevo canal de noticias 24 horas, fue nombrado director general de RTVV. Ocuparía este cargo hasta su dimisión en diciembre de 2012, con un proceso de ERE en marcha y una situación laboral e informativa ya muy deteriorada.

Durante unos meses de transición en 2013 fue sustituido por Alejandro Reig quien llegaba de la Fundación de la Ciudad de las Artes y las Ciencias con una única misión: ejecutar el Expediente de Regulación de Empleo. En febrero de 2013 se ponía en marcha este proceso, sin embargo no sería Reig quien lo finalizara. En marzo de 2013, con el ERE ya en plena ejecución, Reig era sustituido por Rosa Vidal. La abogada del Estado había de ser la encargada de poner en marcha el nuevo proyecto que previsto para la cadena tras la finalización del proceso de reducción de personal. El 29 de agosto de 2013 abandonaban TVV los últimos profesionales incluidos en el primer ERE, e inmediatamente después la plantilla reconfigurada comenzaba a trabajar en la preparación del nuevo proyecto.

El personal había sido reducido a seiscientos trabajadores —cifra similar a la de la primera plantilla de 1989—. La producción propia se concentraba en los informativos —las demás secciones habían sido básicamente desmanteladas— y se decidió externalizar la producción de programas.

El 9 de octubre de 2013 se estrenaba *Nou*, la nueva marca de Televisión Valenciana que había de sustituir a Canal 9. Y menos de un mes después, el 5 de noviembre, el Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Valenciana decretaba la nulidad del expediente de

regulación de empleo, por graves defectos formales y obligaba a readmitir a los mil trabajadores despedidos. Aquella misma tarde el presidente de la Generalitat, Alberto Fabra, comparecía ante los medios para anunciar que el coste de la readmisión era inasumible y que había decidido cerrar Televisión Valenciana.

La Generalitat había acordado aportar una subvención de 62 millones anuales y Canal 9 debía ceñirse a ese presupuesto. El planteamiento se parecía mucho al del inicio en el 89: se programaba sólo aquello que podía pagarse. Cuando la Generalitat decide rebautizar la cadena, aportar un presupuesto y establecer unos objetivos, el planteamiento era bueno; lo malo fue hacer un ERE sin criterio (José Manuel Granero. Entrevista 17).

El anuncio de cierre de la cadena, tras la anulación judicial del ERE, llevaría a la nueva dirección a presentar la dimisión en bloque. Aun así, *Nou* continuaría emitiendo todavía durante 20 días. Con los informativos comandados por los propios redactores de la cadena, su contenido se centraría en analizar el papel de la televisión valenciana y el proyecto de cierre en marcha.

Ernesto Moreno sería de facto el último director general de un medio en el que ya no quedaba programación que dirigir. El Consejo de Administración del Ente ratificaba su nombramiento y, sólo dos semanas después, el 27 de noviembre, las Cortes Valencianas aprobaban con 49 votos a favor, 42 en contra y un voto nulo la *Ley 4/2013 de Supresión de la Prestación de los Servicios de Radiodifusión y Televisión de Ámbito Autonómico, de Titularidad de la Generalitat, así como de Disolución y Liquidación de Radiotelevisión Valenciana, SAU*. Aquella misma tarde se publicaba la ley en una edición especial del DOGV y sólo dos días después, el 29 de noviembre de 2013, a las 12 y 19 minutos del mediodía, mientras la cadena emitía en directo el momento de la desconexión, la señal se iba a negro. Canal 9 había dejado de emitir.

## **6.2. El enfoque de proximidad en los informativos autonómicos**

El diseño de los informativos en la televisión autonómica valenciana partió, desde un principio, de una concepción generalista, de informativo pleno. No se pretendía limitar la información a los contenidos de proximidad que ofrecía Aitana hasta ese momento sino competir de igual a igual con la propuesta de los telediarios de Televisión Española y las

que ofrecerían las televisiones privadas desde el comienzo de sus emisiones en 1990. Juli Esteve describe así los informativos:

Había información autonómica, había información de España, había información del mundo y no nos conformábamos con la información de agencia. Desde el primer día, desde el 9 de octubre del 89, una de nuestras obsesiones fue estar allá donde sucediera algo importante, fuera donde fuera, enviar un equipo y hacer llegar desde allí crónicas con normalidad, como hacía cualquier otra televisión. En aquel momento tomamos como referencia el trabajo de TV3. El planteamiento era: si ellos lo hacen, se puede hacer, hagámoslo (Juli Esteve. Entrevista 18).

No obstante, sí existía una voluntad clara de priorizar el territorio de referencia y acercar los contenidos generalistas a la sociedad valenciana, así como de hacerlo en valenciano. Para Roselló «la proximitat dels telenotícies representa la clau del seu èxit: des dels inicis, com hi va afirmar Nabàs, s'intentà acostar la realitat informativa als municipis i a zones que es trobaven fora de les àrees metropolitanes» (Roselló, 2010, p. 101).

Era lo que Matilde Alcaraz, editora del informativo de mediodía entre 2001 y 2008, define como «informativo en clave autonómica»:

El informativo de Canal 9 era desde luego un informativo en clave autonómica. La información de la Comunidad Valenciana, la información de proximidad, era la que primaba. Desde luego, no olvidábamos las noticias de España y el mundo pero las contábamos en valenciano, como hecho diferencial e importante porque era el único medio que ofrecía esa posibilidad (Matilde Alcaraz. Entrevista 19).

De hecho, el 70 por ciento de la plantilla de redactores se dedicaba a la información de proximidad. La sección de Comunidad Valenciana era la más amplia de la redacción. Y fue así a lo largo de 24 años. Ello, en sí mismo, implicaba un mayor porcentaje de contenidos de proximidad. Aunque desde luego se trataba de una distribución flexible, subordinada, en último término, a lo que marcara la actualidad del día.

Además, la estructura interna del informativo priorizaba los contenidos de proximidad. Desde 1989 se estableció como norma general un primer bloque de información autonómica. Duraba aproximadamente la primera media hora del informativo de mediodía. Sólo durante algunos periodos concretos de la vida del medio este bloque iba

precedido por las noticias más relevantes del día en nacional o internacional, pero nunca dejó de ocupar la primera parte del *Notícies 9* primera edición.

Caso distinto era el informativo de la noche. Mientras la edición de mediodía duraba entre cincuenta minutos y una hora, la edición de la noche se mantuvo siempre en una duración cercana a los 30 minutos. Era el informativo balance, el resumen del día, y eso imponía una jerarquización netamente informativa de la escaleta. Aun así, respecto al informativo de la noche, Juli Esteve matiza:

De alguna manera, la decisión sobre qué distribución de tiempo había para las noticias según las áreas estaba determinada no sólo por la actualidad del día sino también por el número de redactores asignado a cada área. En internacional había tres personas, en nacional, otras tres, más la corresponsalía de Madrid. Con esos medios se podían elaborar tres noticias de un minuto en internacional y entre tres y cinco en nacional. Así se cubrían diez o 12 minutos. El resto del espacio se nutría de información valenciana. (Juli Esteve. Entrevista 18).

La *clave autonómica*, en todo caso, no se limitaba, a la distribución de la plantilla de redacción o a la estructura de los informativos. Determinados aspectos de las rutinas productivas y de los contenidos imprimieron ese sello de proximidad en todo momento: el uso del valenciano, la vertebración informativa del territorio y la creación de una amplia red de corresponsales que cubría toda la geografía de la Comunidad junto con un esfuerzo de *valencianización* de la información nacional e internacional se convirtieron en los instrumentos fundamentales para lograr el enfoque de proximidad que definió a los informativos de la cadena autonómica.

#### *6.2.1. El uso del valenciano como elemento de proximidad*

El uso de la lengua propia en la información se constituyó desde el inicio de las emisiones en uno de los principales mecanismos de proximidad de la cadena. La recuperación y normalización del valenciano había sido uno de los puntos básicos del argumentario para la puesta en marcha de la televisión autonómica. Como avanzaba el Preámbulo de la Ley de Creación:

La presente Ley trata de superar la relación de desigualdad entre las dos lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma, disponiendo para ello las medidas necesarias para crear unos medios de comunicación propios, gestionados democráticamente y sujetos al control

parlamentario directo, que impulsen la utilización del valenciano en la radiotelevisión autonómica, que se configura así como vehículo de su recuperación (Preámbulo. Ley de la Generalidad Valenciana 7/1984, de 4 de julio, de Creación de RTVV.).

En la Comunidad Valenciana el 70 por ciento del territorio está ocupado por comarcas valencianohablantes. Según Ánchel, «el padrón de habitantes de 1986 de la Comunidad Valenciana informaba de que el 77,1 por ciento de los residentes de tres y más años entendían el valenciano y que el 49,5 por ciento lo hablaba» (Ánchel Cubells, 2002, p. 69). Sin embargo, durante siglos, el valenciano había quedado restringido al uso coloquial, lengua de calle que se mantenía fuera de la administración, la universidad o los medios de comunicación. La puesta en marcha de la televisión autonómica supuso un punto de inflexión en ese estado de cosas. Según el presidente de la Academia Valenciana de la Lengua:

Cuando hace años no había un medio de comunicación que se expresara en valenciano, cuando la universidad sólo se expresaba en castellano, uno podía pensar que el valenciano era una lengua de uso exclusivamente coloquial, una lengua de calle. Cuando un evento, un discurso de Obama, por poner un ejemplo, se retransmite y se nos está contando en valenciano, cuando uno va a la universidad y oye que las clases se están impartiendo en valenciano, se da cuenta de que es una lengua a la misma altura que pueda ser el francés o que pueda ser el italiano. Por lo tanto, es fundamental para el idioma el valor de lo que se nos está comunicando, ya no chistes, ya no chascarrillos, sino elementos elevados (Ramón Ferrer. Presidente de la Academia Valenciana de la Lengua. Entrevista 1).

El uso del valenciano debía ser uno de los sellos de identidad de la cadena pública autonómica; debía servir, como afirma Juli Esteve, «para hacer muy normal la presencia del valenciano en televisión» (Entrevista 18). Pero, en un principio la cuestión idiomática no estuvo exenta de cierta polémica.

Hay que tener en cuenta que Televisión Valenciana comenzó a emitir cuando todavía coleaba la *Batalla de Valencia*<sup>47</sup>. Con un entorno social enrarecido, la televisión autonómica optó por un modelo que alternaba el valenciano con el castellano. «El modelo por el que se ha optado para el principal Canal de TVV —«Canal 9»— es mixto —que no bilingüe—: unos programas emiten en valenciano y otros distintos en castellano»

---

<sup>47</sup> Se conoce como *Batalla de Valencia* el conflicto lingüístico que durante la Transición enfrentó a quienes defendían que el valenciano y el catalán eran la misma lengua con aquellos que consideraban que el valenciano era un idioma diferenciado.

(Alcaraz, 1999, p. 314). Esta decisión provocó numerosas críticas desde diversos sectores de la sociedad que acusaron a la dirección de Televisión Valenciana de no hacer una verdadera apuesta por la recuperación y normalización lingüística.

Desde la dirección de la cadena se esgrimió como argumento la necesidad de garantizar los índices de audiencia en un modelo de financiación mixta. Lo cierto es que sobre todo en el ámbito de la ficción se acabó imponiendo el castellano. Los informativos no obstante, sí se emitieron, desde un primer momento, y hasta el último minuto de vida de la cadena, en valenciano.

Según los datos oficiales proporcionados por las memorias de RTVV, el índice [de uso del valenciano] quedó situado, durante los primeros años de emisión, entre el 55 y el 60 por ciento de media. A partir del año 1997, con la incorporación de un segundo canal autonómico de televisión, totalmente en valenciano, la utilización de la lengua propia repuntó hasta situarse en torno al 73 por ciento (Bas J.J. en Marzal Felici, J. (ed.), 2015, p. 185).

La programación de Punt 2 y el canal de noticias 24 horas se emitieron prácticamente íntegras en valenciano. Junto a ellos, el uso de la lengua propia en los informativos supuso que, pese a la preeminencia del castellano en la ficción, la información de proximidad llegara a los espectadores en valenciano y se popularizara un estándar de lengua que hasta 1989 era desconocido para gran parte de la población y en algunas materias, como se verá a continuación, resultaba casi inexistente.

Sólo durante un breve periodo de tiempo, en los primeros años de emisión, la dirección de informativos decidió emitir en castellano los vídeos que se localizaban en zonas castellanohablantes. Sin embargo, muy pronto, aquella duplicidad idiomática desapareció, y en poco tiempo, escuchar las noticias en valenciano se hizo cotidiano para los castellanohablantes y, como explica el presidente de la Academia Valenciana de la Lengua, dejó de suponer un problema para nadie:

Se produce un aumento importante del uso del valenciano con la implantación de Canal 9, entre otras cosas porque incluso gente castellanohablante que nunca se había preocupado, poco a poco ha ido preguntando: ¿esta palabra qué significa?, ¿esto de «xarcia» qué es? En definitiva ha ido interesándose y el valenciano ha ido penetrando poco a poco. La normalización del valenciano en la televisión ha sido una especie de esto que los gallegos llaman «orvallo», es decir, esa lluvia fina que no se nota pero que cala. Una palabra, otra

palabra y poco a poco el ciudadano va diciendo «gespa» en lugar de «sesped». Ese poco a poco ya es interesante, supone que recuperamos nuestro idioma, y ello ha sido, desde luego, una aportación total y absoluta de la televisión, porque es a través de la televisión que la gente ha ido escuchando el valenciano, y ha ido adoptándolo y adaptándolo a su día a día (Ramón Ferrer. Entrevista 1).

En ese sentido, resultó especialmente importante esa adaptación de la lengua al día a día de los castellanohablantes para quienes los informativos en valenciano supusieron un notable incremento de su competencia lingüística. Para el castellanohablante ciudadano de la Comunidad Valenciana Canal 9 fue durante un cuarto de siglo su informativo de referencia por cuanto era su informativo de proximidad y el idioma no fue un obstáculo para ello. Para los valencianohablantes el componente didáctico del uso del valenciano en los informativos de Canal 9 fue aún más eficaz porque, obviamente, partían de una determinada competencia. Como reconoce el presidente del Gremio de Artistas Falleros en calidad de espectador «nos servía de escuela, porque todos hablamos el valenciano incorrecto de la calle y ejercía una función didáctica básica» (Entrevista 9).

Es cierto que, como ya se ha dicho, desde la Transición Aitana venía utilizando el valenciano en su programación, si bien en un grado claramente reducido. Para la sociedad valenciana todavía resultaba extraño en 1989 escuchar su lengua propia en los medios de comunicación. De hecho, una de las preocupaciones de los directivos de la cadena en un primer momento era que el uso del valenciano resultara chocante a los espectadores. Sin embargo, la aceptación por parte de la audiencia fue mucho más positiva y mucho más rápida de lo que se había previsto.

En poco tiempo —recuerda Juli Esteve— conseguimos acostumbrar a los telespectadores a que la información podía hacerse en valenciano. Y comenzó a ocurrir con toda normalidad que preguntases a una persona en qué idioma había escuchado una noticia y no supiera decírtelo porque ya no se reparaba en la diferencia. El valenciano estaba integrado. Y lo estaba gracias a la información en valenciano (Juli Esteve. Entrevista 18).

El uso exclusivo del valenciano como idioma de los informativos supondría que por primera vez el ciudadano de la Comunidad escuchaba la información de su entorno en

valenciano, pero también aproximó la información nacional e internacional, que hasta ese momento sólo habían recibido en castellano<sup>48</sup>.

Cualquier espectador de aquellos informativos veía que su lengua valía para hacer una pregunta a Helmut Kohl, como se le hicieron y que el hecho de estar contando en valenciano cosas que hasta ese momento sólo se contaban en castellano para el espectador era también una manera de prestigiar la lengua (Juli Esteve. Entrevista 18).

La lengua se consolidó como elemento básico de proximidad y de identificación con el espectador. Para ello se puso especial atención en que estuvieran presentes las diferentes peculiaridades de habla que el valenciano tiene en los distintos territorios de la Comunidad. Se pretendía con ello que esa sensación de cercanía llegara a cualquier punto de la geografía y que el uso del valenciano no resultara formal, estándar y ajeno al utilizado en diferentes comarcas.

Nosotros intentábamos —explica Matilde Alcaraz— que todas las variedades del valenciano estuvieran representadas, que se oyera hablar en el valenciano de la Ribera, en el de Morella, en el de la Marina o en el de la Vall de Albaida. Y eso creo que también es importante, que se pueda escuchar la lengua en todas sus versiones (Matilde Alcaraz. Entrevista 19).

Esta consideración hacia las diferentes variedades del valenciano fue de hecho uno de los elementos sustanciales para conseguir informativos «en clave autonómica». Para Salvador Seguí, que fue durante dos décadas corresponsal de Televisión Valenciana en La Safor, «el uso del valenciano ayudó a implantar la cadena. La gente quería una televisión valenciana, y en valenciano. Y la veían por proximidad, porque se sentían identificados» (Salvador Seguí. Entrevista 20).

El valenciano no se limitaba a los contenidos, no se quedaba tan sólo en el *off* de las noticias, sino que impregnó las rutinas productivas de la redacción. Juli Esteve explica de qué manera a la hora de diseñar los sistemas de trabajo se priorizó el uso del valenciano. Es lo que él denomina «bilingüismo pasivo»:

---

<sup>48</sup> Excepción hecha, para los ciudadanos de la Comunidad Valenciana, de TV3. Durante los años previos a la puesta en marcha de Televisión Valenciana, muchos ciudadanos de la Comunidad se informaron a través de los noticiarios de la cadena autonómica catalana, que les ofrecía una mayor proximidad por el uso del catalán.



En les entrevistes implantàrem l'anomenat bilingüisme passiu, seguint els passos de TV3. Consistia això a preguntar en valencià a un entrevistat que l'entén i que contesta en castellà. La conversa, per tant, es feia en dues llengües, sempre que no hi haguera problemes de comprensió. Volguèrem posar fi a aquella estranya creença que és una falta d'educació parlar en valencià amb algú que parla en castellà, com sosté algún reducte conservador (Esteve, Álvaro, López, Alcañiz y Blay, 2000, p. 114).

Aquel planteamiento inicial caló en el trabajo diario de la redacción y se mantuvo a lo largo de los 24 años siguientes. Matilde Alcaraz coincide, de hecho, con el planteamiento de Juli Esteve:

Yo estaba empeñada en que todo el mundo hablase en valenciano. Intentaba que las entrevistas se hicieran en valenciano siempre que fuera posible: por supuesto, si un entrevistado no hablaba valenciano, no se le iba a exigir que se expresara mal en valenciano, cada uno tenía que expresarse como más cómodo se sintiera. Pero los periodistas sí debían preguntar siempre en valenciano (Matilde Alcaraz. Entrevista 19).

Esta consigna hacía que el entrevistado sintiera que podía utilizar su lengua para responder. De tal modo que se generalizaron los *cortes de voz* en valenciano, algo hasta entonces impensable en la televisión de la Comunidad Valenciana, y que en la mayoría de las comarcas facilitó la tarea de los periodistas y, mucho más la de los corresponsales: «a la hora de hacer entrevistas —explica Salvador Seguí— a la gente en esta comarca [La Safor] le resulta mucho más fácil, más natural, hablar en valenciano. Se expresan mucho mejor y con más comodidad» (Salvador Seguí. Corresponsal de RTVV en La Safor. Entrevista 20).

No obstante, aun cuando el entrevistado se expresara en castellano, se dotó de normalidad el uso de la lengua propia. Víctor Reglero (Entrevista 13), asturiano de origen y castellano hablante, estuvo en numerosas ocasiones ante las cámaras de Televisión Valenciana en su calidad de experto en temas de astrofísica. Respecto al idioma, recuerda así su experiencia personal:

Cada vez que me entrevistaron, no tuve ningún problema en que se me preguntara en valenciano, lo entiendo perfectamente. Obviamente yo siempre contesté en castellano porque, aunque lo hablo sin problemas, no hay que confundir el mensaje con el código que utilices y para transmitir un contenido hay que utilizar el código que mejor conozcas. Pero

eso nunca fue un problema (Víctor Reglero. Primer director del Plan Valenciano de Ciencia y Tecnología. Entrevista 13).

Comoquiera que hasta el momento en que se incorpora la televisión autonómica al espacio informativo valenciano no es habitual que los medios utilicen la lengua propia como vehículo, durante algún tiempo se hizo frecuente, en las ruedas de prensa, que el redactor de Canal 9 solicitara a quien intervenía que repitiese en valenciano sus palabras. Poco a poco esto dejaría de ser necesario: las fuentes de proximidad se acostumbraron también a utilizar el valenciano en sus intervenciones.

Y aún se daba, respecto al uso de la lengua, otro mecanismo de *valencianización*. Se hicieron habituales las *encuestas de calle*. Se trataba de introducir *baterías de cortes de voz* —sin pretensión de valor estadístico— con la opinión de los ciudadanos en torno a los asuntos que se trataran en los vídeos. En la elaboración de estas encuestas se intentaba primar los cortes de voz en valenciano. Para ello, los redactores no se limitaban a expresarse en valenciano frente al encuestado sino que trataban además de recoger las declaraciones en ámbitos valencianohablantes o acudían a lugares donde se daba esa variedad de acentos y procedencias —por ejemplo, la estación del Norte de Valencia o la entrada a los centros comerciales de las grandes ciudades—.

Se trataba en definitiva de convertir en natural lo que hasta ese momento había sido una rareza, una incorrección o incluso una falta de educación: expresarse en valenciano en un ámbito formal.

La cadena autonómica realizó durante 24 años un esfuerzo de convivencia idiomática que permitió, como se ha expuesto, normalizar el uso del valenciano en el ámbito comunicativo. Se atendió a la diversidad lingüística, tanto del valenciano-castellano, como de las diferentes variantes del propio valenciano. Se trataba de que todo el mundo pudiera sentirse identificado.

No obstante esta voluntad conciliadora, el uso del idioma propio en televisión topó con un obstáculo añadido: la falta de tradición periodística en valenciano, que conllevaba un cierto déficit lingüístico. La televisión es «un medio que exige —argumenta Antoni Mollà— un(os) registro(s) lingüístico(s) basado(s) en las variedades propias del vernáculo-coloquial del área de cobertura del medio, pero a su vez respetuosas con los usos estándares y cultos del idioma» (Mollà, 2007, p. 13).

El ámbito coloquial en que se había mantenido el valenciano hasta ese momento limitaba muchísimo el vocabulario que el ciudadano conocía y lo restringía, además, a su ámbito geográfico más cercano, de tal modo que determinados términos, comunes en unas comarcas, resultaban extraños en otras.

Hasta la década de los 80 el valenciano había sido considerado como lengua de calle. Apenas comenzaba entonces a introducirse en ámbitos académicos, administrativos y periodísticos y ello provocaba dos problemas: el desconocimiento de gran parte de los ciudadanos del nivel estándar de la lengua, y la falta de terminología específica en determinados ámbitos informativos. Así, de un lado, el estándar de lengua resultaba muy ajeno para buena parte de los espectadores, que chocaban contra vocablos que desconocían y les producían extrañeza.

Se hizo —explica Juli Esteve— un trabajo importante en ese sentido y además un trabajo que no era fácil, porque la televisión es un medio de comunicación de masas, has de dirigirte al público, de manera que el espectador no puede quedarse pensando en determinada palabra mientras se pierde el resto de la noticia. Ello nos obligaba a un esfuerzo continuo de «pacto» con la ortodoxia de la lengua sin olvidar que se habían de contar las cosas de manera que se entendieran (Juli Esteve. Entrevista 18).

La tarea de conjugar ese binomio no fue sencilla. Antoni Mollà, lingüista de Televisión Valenciana, fue el responsable de elaborar el texto<sup>49</sup> que sirvió de referencia para la puesta en marcha de la política lingüística de RTVV:

Con el fin de cumplir el papel de variedad superadora de la diversidad, el estándar no sólo debe ser *conocido* (compartido) por todo el mundo, sino que debe ser *aceptado* (sentido como propio) [...] Por eso los responsables de redactar el libro de estilo de Radiotelevisión Valenciana (RTVV) y de poner en marcha la Unidad de Asesoramiento Lingüístico encargada de velar por la política lingüística de la empresa pública RTVV elaboramos un(unos) modelo(s) referencial(es) para la producción propia, los programas informativos y el doblaje de producción ajena, con una especial atención a los usos infantiles y juveniles, ya que esos segmentos de la población valenciana eran los únicos que habían disfrutado de una enseñanza formal del idioma del país (Mollà, 2007, p. 14).

Sin embargo, para lograr la aceptación del público, la dirección del medio decidió crear una lista de más de trescientas palabras «prohibidas» por considerarse demasiado

---

<sup>49</sup> Antoni Mollà es el autor de la primera redacción de *El(s) model(s) lingüístics de RTVV*.

«catalanas». El argumento de Fabregat en favor de esta medida era —según Mollà— acercarse a «la lengua que se habla ahora». El resultado fue, como recuerda Juli Esteve, justo el contrario del esperado:

Hubo muchas polémicas por este asunto con los lingüistas, tratando de utilizar un valenciano que se entendiera y que fuera correcto al tiempo. Te pongo un ejemplo: «barco». «Barco» es una palabra de las más polémicas que ha tenido el catalán, tanto en Cataluña como aquí. Había lingüistas partidarios de utilizar esa palabra y otros que no lo eran. «Barca» sí es una palabra valenciana, «barco», podría serlo, pero según el lingüista que estuviera trabajando en cada momento podía o no estar cómodo con ella. En esos casos, teníamos que pactar. Los lingüistas proponían «vaixell», pero «vaixell» es una palabra que la gente, en general, no conocía. Lo que hicimos más de una vez fue utilizar el término pero acompañado de la imagen de un barco y con la frase «este vaixell que tenen en imatge...» De este modo cumplíamos dos funciones: no había ninguna confusión posible, porque la gente veía claramente que aquello era un barco y al tiempo le estabas contando a los espectadores que barco también se dice «vaixell». De este modo creamos estándar y con muchas palabras convertimos términos casi desconocidos en palabras de uso habitual (Juli Esteve. Entrevista 18).

Además de esta falta de conocimiento del estándar de la lengua, el segundo problema con que topó la Televisión Valenciana respecto al uso del valenciano fue, como se avanzaba más arriba, la falta de terminología específica en algunos ámbitos informativos.

El hecho de que en la Comunidad no hubiera tradición periodística en valenciano hacía que hubiera ámbitos concretos de la información en que ni tan siquiera existía ese estándar de lengua. Áreas como la meteorología, el deporte o la tauromaquia exigieron un esfuerzo de conceptualización. Fueron los lingüistas de Televisión Valenciana quienes crearon un estándar de lengua en esos ámbitos. Ese fue de hecho, para Juli Esteve, uno de los retos con que se enfrentó la redacción de informativos sobre todo al comienzo de las emisiones:

En ocasiones, teníamos que utilizar palabras poco conocidas, tanto en castellano como en valenciano, porque eran técnicas y había que adaptarlas al lenguaje audiovisual. Otras veces se trataba de palabras valencianas poco conocidas porque habitualmente los valencianohablantes utilizaban una palabra castellana en su lugar. No utilizamos nunca palabras castellanas. Tuvimos que ir encontrando la manera correcta de decir las cosas (Juli Esteve. Entrevista 18).

Entre las diferentes áreas temáticas, la meteorología fue una de las que exigió un esfuerzo mayor por varias razones. Por una parte, es una materia que exige el uso constante de terminología técnica específica, desconocida para el público en general. Además, los diferentes fenómenos atmosféricos no siempre reciben los mismos nombres en todas las zonas de la Comunidad Valenciana. Y por último, se trata de una materia que despierta enorme interés en la audiencia, y ello obligaba, con más motivo, a hacerla asequible a todo el mundo. Para Jorge Tamayo, delegado autonómico de la AEMET:

Como tiene términos muy singulares, la meteorología exigió una labor bastante importante de poner en valor palabras que hasta ese momento se usaban poco, incluso palabras como «oratge», por ejemplo, que se usa aquí pero no se usa en Cataluña<sup>50</sup>. Fue una forma de popularizar esos términos. El valencianoparlante empezó a escuchar vocablos que hasta ese momento no conocía o no usaba tanto. Los nombres de los vientos, por ejemplo, el «xaloc», el «llebeig», el «gregal», comenzaron a popularizarse. Esa labor se hizo en Canal 9 y se hizo muy bien (Jorge Tamayo. Entrevista 8).

El trabajo conjunto de los meteorólogos y lingüistas de Televisión Valenciana permitió rescatar términos en desuso como «ruixat» o «aiguat» y generalizar el uso de otros que, por demasiado técnicos, eran desconocidos para buena parte de la población. Pero además, permitió realizar una importante tarea de vertebración idiomática del territorio valenciano. La geografía de la Comunidad presenta una notable diversidad física que provoca que fenómenos que son habituales en unas zonas, sean inexistentes y desconocidos completamente en otras. Como explica Joan Carles Fortea, uno de los cuatro meteorólogos con que contó la cadena autonómica:

Canal 9 ha diversificado el lenguaje meteorológico. Ha convertido en familiares términos que la gente no conocía y ha permitido difundir términos que eran habituales en unas zonas pero no en otras, porque nombraban fenómenos desconocidos en algunas zonas. Hay muchos ejemplos. En Villena, los ciudadanos estaban muy acostumbrados a oír hablar de «arabogues»<sup>51</sup>, porque allí es habitual que llegue el viento y empuje la nieve pero en Cullera nadie conocía ese término, porque allí no nieva. Lo mismo ocurre con los vientos. El «mestral» en el norte se conoce como «xereu» o «xers». Tú vas a seguir diciendo

---

<sup>50</sup> Curiosamente, ese fue el motivo de que el espacio de previsión meteorológica de la cadena, *L'Oratge*, recibiera ese nombre. Según relata en la Entrevista 16 Joan Carles Fortea, fue Vicent Gómez, otro de los meteorólogos de la casa, quien propuso bautizar así el espacio, para diferenciarlo de *El Temps*, la previsión meteorológica de TV3, que en 1989 ya tenía seguidores en la Comunidad Valenciana.

<sup>51</sup> Se conoce como *araboga* una precipitación en forma de lluvia fina y nieve.

«mestral» pero ya sabes cómo lo dicen en el norte. Hay palabras que son cultura (Joan Carles Fortea. Entrevista 16).

Otro de las áreas en que hubo que hacer un esfuerzo de adaptación fue la de los deportes. La información deportiva interesa mucho a los espectadores, muy acostumbrados a escuchar un buen número de términos castellanos o ingleses muy específicos, de uso común en el lenguaje deportivo. Televisión Valenciana emprendió una tarea de «inmersión lingüística» en esta área. Como explica Juli Esteve, «hicimos algo que hasta ese momento no se había hecho: hacer retransmisiones deportivas en valenciano» (Entrevista 18). El «handbol» o el «bàsquet» se hicieron habituales y vocablos como «gespa», a que se hacía referencia antes, «penal» o «treta» y otros muchos términos futbolísticos, sustituyeron en poco tiempo y sin problemas el vocabulario de los aficionados.

Una de las cosas que descubrimos desde el principio —recuerda Esteve— fue que el valenciano hablado lo entendía todo el mundo. La información en valenciano y los partidos en valenciano se seguían con normalidad y masivamente en las comarcas castellanohablantes en contra de todos los pronósticos. Mientras la escuela no había conseguido normalizar el valenciano, la televisión lo logró (Juli Esteve. Entrevista 18).

Pero aún hubo otra aportación lingüística —y no sólo lingüística— en el ámbito de los deportes. Se trata de la *pilota valenciana*<sup>52</sup>. En 2014, el Consell Valencià de Cultura elabora un informe para la solicitud de declaración de este deporte como Bien de Interés Cultural Inmaterial. En dicho informe, el Consell Valencià de Cultura afirma sobre su léxico específico:

La riquesa lèxica de la pilota valenciana, tot i que conserva mots i expressions de segles passats, s'ens presenta com un tresor original enriquidor d'una llengua que després de segles de minusvaloració havia reduït l'ampla capacitat expressiva (Consell Valencià de Cultura, 2014, p. 3).

El deporte autóctono tuvo un hueco importante en la programación de Televisión Valenciana durante casi toda la vida del medio. En este caso, no había necesidad de buscar términos que expresaran en valenciano conceptos específicos porque, como

---

<sup>52</sup> Más adelante nos referiremos con detalle a este deporte y al valor de la cobertura que hizo Televisión Valenciana.

explica el pelotari Waldo Vila<sup>53</sup>, «es el deporte típico valenciano, normalmente dentro de los trinquetes se habla en valenciano y tiene más sentido retransmitir las partidas en valenciano» (Entrevista 14). Sí fue sustancial recuperar para toda la sociedad el que desde hace siglos es deporte autóctono de la Comunidad y su vocabulario específico, limitados hasta la puesta en marcha de Canal 9 a un sector residual de aficionados a la «pilota».

Y hubo aún otra área en que fue necesario adaptar la terminología castellana al valenciano. Se trata del mundo de la tauromaquia. Su incidencia en la programación fue menor pero estuvo presente a lo largo de toda la vida del medio. En algunas etapas se hizo habitual incluso la retransmisión de corridas de toros y ello obligó a buscar la manera de trasladar al valenciano un argot muy específico.

En el ámbito de las corridas de toros —señala Esteve— hubo que hacer un trabajo importante de adaptación porque había palabras que pertenecían al lenguaje taurino, que es un lenguaje muy específico y no siempre había un término correcto en valenciano para traducir. Por ejemplo, llamar al burladero *enganyador*, que es como se decidió decirlo, fue un buen hallazgo. En ese ámbito hubo un trabajo muy importante de los lingüistas para buscar soluciones (Juli Esteve. Entrevista 18).

En definitiva, durante 24 años la redacción de informativos de Canal 9 tuvo que hacer frente al reto añadido de contribuir a la normalización de la lengua propia. Los informativos se emitieron íntegramente en valenciano y se realizó una labor de recuperación y actualización de la lengua. «A pesar de todas las limitaciones y carencias —defiende Juan José Bas— Canal 9 se convirtió en un instrumento para normalizar el uso del valenciano, sobre todo por la fuerte influencia social de los programas informativos, deportivos, e infantiles y juveniles» (Marzal, J. (ed.), 2015, p. 185).

### 6.2.2. *Vertebrar geográficamente la información para vertebrar el territorio*

Además de utilizar el valenciano como instrumento de proximidad, la televisión autonómica se sirvió de un segundo mecanismo que acercaba la información a la ciudadanía y le permitía visibilizar el territorio autonómico como un todo. Como explica Díaz Nosty: «los argumentos fundacionales de las radios y televisiones de las comunidades autónomas plantearon como premisa la articulación del territorio» (2014).

---

<sup>53</sup> Waldo Vila (Entrevista 14) es jugador profesional de pilota valenciana, diez veces campeón individual de «*raspall*» y empresario deportivo.

Hasta el momento en que Canal 9 puso en marcha sus emisiones no existía en la Comunidad Valenciana ningún medio ni audiovisual ni impreso que se ocupara de informar de todo el territorio de manera exhaustiva, considerándolo un todo y dando visibilidad a cada una de las partes. En el terreno audiovisual Aitana emitía un informativo de proximidad con el territorio de la Comunidad como marco de referencia pero ni era profuso ni entraba en esa función de visibilización territorial. La cobertura de las informaciones era genérica y no localizada.

La cadena pública autonómica nacía con el objetivo expreso de vertebrar geográficamente un territorio unido políticamente pero escasamente articulado geográfica y socialmente. Juli Esteve, que llega a la televisión autonómica procedente de la información comarcal, lo expresaba de este modo hace unos años:

El País Valencià era l'autonomia espanyola més desvertebrada. Tret de l'informatiu Aitana, l'edició del diari El País i els simbòlics noticiaris regionals d'algunes cadenes de ràdio, no hi havia cap mitjà que arribara a tots els valencians. A Castelló i a Alacant vivien d'esquena a València i viceversa. Canal 9, al mateix temps que contava notícies, assumia un paper vertebrador i educatiu. Informant dels fets que ocorrien a tot el país, comunicava a tots els valencians que eren això precisament, valencians (Esteve, Álvaro, López, Alcañiz y Blay, 2000, p. 43).

La función de vertebración es en realidad una función doble que implica a un tiempo reconocer y reconocerse. Por un lado, vertebrar suponía reconocer al otro. En palabras del presidente de la Academia Valenciana de la Lengua:

Canal 9 ha realizado una tarea de vertebración total y absoluta. Nos ha permitido conocernos, incluso en un país como el nuestro bastante invertebrado, en el sentido de que cada uno ha ido un poco por su lado: Valencia significa una cosa, Alicante estaba en otro mundo y Castellón mucho más. Eso poco a poco ha ido corrigiéndose a través de un elemento común para todos, Canal 9, porque igual hablaba de Alicante, que de Castellón, que de Valencia. De algún modo ese medio que era la televisión nos ha ido hermanando (Ramón Ferrer. Entrevista 1).

Recibir desde un punto concreto de la Comunidad la información de lo que pasaba en otro punto del territorio permitía acercarlos y poner el acento en la escala autonómica, frente a lo local o lo estatal predominantes hasta entonces. Los informativos de Televisión



Valenciana se elaboraban con la vocación expresa de dar cobertura a todo el territorio. Juli Esteve lo explica de este modo:

Cuando se generaba una noticia en Zorita del Maestrat, más allá de Morella, a 200 kilómetros de Valencia, resultaba muy atractivo. Además del interés periodístico de la noticia, el simple hecho de mostrar imágenes del pueblo añadía otro interés: era una manera de dar visibilidad mutua. Por un lado, que ellos supieran que eran valencianos y que aquí importaba lo que pasaba allá. Por otro, que la gente de aquí estuviera informada de que aquello también era territorio valenciano, que ellos tenían derecho a contar las cosas que pasaban allí y que aquí teníamos derecho a saberlo (Juli Esteve. Entrevista 18).

Además de reconocer, vertebrar implicaba, por otro lado, reconocerse. Se trataba de que los ciudadanos se vieran reflejados y vieran reflejado su entorno más inmediato. «Se intentaba —explica Matilde Alcaraz (Entrevista 19)— que los ciudadanos de la Comunidad Valenciana se sintieran reconocidos en su televisión, de norte a sur y de este a oeste y cubriendo todo el territorio». Era el modo de integrarlos gráficamente en la realidad que dibujaban los medios. Como fuente y como espectador, el director del Archivo de Religiosidad Popular considera que ese propósito se logró: «Canal 9 permitía a la gente verse reflejada, hacía visible su pueblo, con independencia del tamaño que tuviera. Eso provocaba inmediatamente la sensación de que tan importantes son unas cosas como las otras» (Andrés de Sales Ferri. Director del Archivo de Religiosidad Popular. Entrevista 4).

Vertebrar geográficamente la información produjo dos efectos distintos. Por un lado contribuyó a la vertebración del territorio y por otro configuró el medio como medio de proximidad. Aquella vertebración geográfica de la información en que se apoyaba el enfoque de proximidad de los informativos de Canal 9 se logró a través de distintas vías: abundancia de medios humanos y técnicos distribuidos por todo el territorio y rutinas productivas encaminadas a servir un producto articulado geográficamente.

Desde la edición de informativos —señala Matilde Alcaraz— se intentaba que toda la realidad de la Comunidad Valenciana estuviera representada en el informativo de Canal 9. Siempre que se producía una noticia en un punto de la Comunidad se enviaba un equipo, estuviera en el Rincón de Ademuz o en la Vega Baja (Matilde Alcaraz. Entrevista 19).

Para lograr ese acceso inmediato y por tanto, la visibilidad de cualquier punto de la Comunidad, el instrumento indispensable era la distribución del trabajo entre el CPP de

Valencia y las delegaciones de Alicante y Castellón y la tarea de cercanía asignada a los corresponsales. Y para que este sistema de proximidad funcionara era imprescindible contar con los medios humanos necesarios y distribuirlos adecuadamente. La plantilla no se concentraba sólo en Valencia. La redacción central de Burjassot era la más voluminosa y la que asumía mayor carga de trabajo. Sin embargo Canal 9 tenía delegaciones abiertas en las otras dos capitales de provincia. Alicante y Castellón contaban con equipos de redactores, cámaras, operadores de equipos y auxiliares de realización que se ocupaban, sobre todo, de cubrir la información que generaba cada una de las provincias. «Si lo circunscribimos —señala Granero— a redactores, cámaras, productores, realizadores y personal técnico, Canal 9 tenía, sólo en Valencia, una plantilla de 200 personas, más otras 20 en Alicante, y otras 12 o 15 en Castellón, más otras siete u ocho en Madrid y un corresponsal en Bruselas» (Entrevista 17).

Con esa distribución de recursos humanos, correspondía a las delegaciones ocuparse de la información que generaba su provincia. No obstante su función no se limitaba a la cobertura de asuntos específicamente localizados en sus zonas de referencia. En muchas ocasiones, en los informativos de Televisión Valenciana la vertebración venía potenciada por la localización de noticias genéricas en cualquier punto de la geografía autonómica. Incluso para las fuentes de proximidad suponía un aliciente y facilitaba la cobertura de las informaciones el hecho de que pudieran ser grabadas en Valencia, en Castellón o en Alicante de manera indistinta. Quien fuera presidente de Cruz Roja en la Comunidad Valenciana recuerda que cuando podían ofrecer las noticias a Canal 9 «era fácil grabarlo en cualquier punto de la geografía de la Comunidad. Según el día, o su disponibilidad de medios en una u otra delegación, se decidía en qué localidad se grababa y se le daba la mejor salida al tema» (Fernando del Rosario. Presidente de Cruz Roja en la Comunidad hasta 2014. Entrevista 6).

El ejemplo de Cruz Roja es especialmente significativo, no sólo por la amplitud y variedad de asuntos que abarca sino porque su marco de actuación coincidía con el de Televisión Valenciana. Cruz Roja Comunidad Valenciana cuenta con 74 delegaciones repartidas por toda la geografía autonómica. Con 120.000 socios y algo más de 20.000 voluntarios en la Comunidad, dar visibilidad a la labor de todos ellos, y no sólo a quienes trabajan en la ciudad de Valencia, facilitaba su tarea de difusión.

Para completar la estructura territorial de la televisión valenciana que permitía la articulación geográfica de que se viene hablando, las corresponsalías eran el último eslabón en la cadena de proximidad.

Según Quílez, desde que se comenzó a trabajar en el diseño del proyecto de Radiotelevisión Valenciana, los cuatro modelos que se barajaban coincidían en la importancia de contar con un número variable de corresponsalías comarcales, enlazadas con los centros de emisión de Valencia, Castellón o Alicante. Se apuntaban como «áreas de mayores necesidades» las de Alcoy, Elche, Xàtiva, Gandia y Utiel-Requena (Quílez, 1990, p. 169).

Con esa premisa, crear una red de corresponsalías comarcales fue una de las primeras tareas que llevó a cabo Juli Esteve a la hora de diseñar y poner en marcha los informativos de la cadena autonómica:

La red de corresponsales fue muy importante. Mis inicios están en la información comarcal. Y ya en el «Notícies al dia» yo había participado en la creación de una red de corresponsales comarcales. En Canal 9 hicimos lo mismo. Unos eran gente que conocías, gente que trabajaba para diarios y te merecía confianza, por ejemplo Vicent Soriano en Xàtiva, o Xavier España en Alzira. En otros casos tuvimos que buscarlos, gente que contaba con una cámara y podía cubrir la información de la comarca. Y lo conseguimos, porque finalmente todo el territorio tenía un corresponsal en cada capital de comarca (Juli Esteve. Entrevista 18).

La tarea de los corresponsales resultaba básica para el propósito de articular el territorio. «Los corresponsales —explica Esteve— aportaban una proximidad y un conocimiento del territorio que de ninguna manera se podía tener desde Valencia. Creo que fue una buena decisión» (Entrevista 18). De otro modo, resultaba imposible la cobertura informativa de un territorio tan amplio y diverso como el de la Comunidad Valenciana. Con 23.254 kilómetros cuadrados, distribuidos políticamente en tres provincias y 34 comarcas la información de proximidad exigía acercar los medios humanos a cada extremo de ese territorio. Y eso no podía hacerse desde un único punto.

De norte a sur y de este a oeste de la Comunidad el territorio estaba cubierto por una amplia red de corresponsales que garantizaban la cobertura de cualquier información en el menor tiempo posible.

CORRESPONSALÍA	ZONA DE COBERTURA
Provincia de Castellón	
<b>1. BETXÍ</b>	La Plana Alta
<b>2. BURRIANA</b>	La Plana Baixa
<b>3. CASTELLÓN</b>	Alt Maestrat Alcalatén Alt Millars
<b>4. MORELLA</b>	Els Ports
<b>5. SEGORBE</b>	Alt Palancia
<b>6. VINARÒS</b>	Baix Maestrat
Provincia de Valencia	
<b>7. ALZIRA</b>	Ribera Alta Ribera Baixa
<b>8. GANDIA</b>	La Safor
<b>9. LLÍRIA</b>	Los Serranos Camp de Morvedre
<b>10. ONTINYENT</b>	Vall d'Albaida
<b>11. REQUENA</b>	Cofrentes Plana de Utiel Foia de Bunyol Rincón de Ademuz
<b>12. SAGUNTO</b>	Camp de Morvedre
<b>13. XÀTIVA</b>	La Costera La Canal de Navarrés
Provincia de Alicante	
<b>14. ALCOY</b>	L'Alcoià
<b>15. BENIDORM</b>	Marina Baixa
<b>16. DÉNIA</b>	Marina Alta
<b>17. ELCHE</b>	Alt Vinalopó Vinalopó Mitjà Baix Vinalopó
<b>18. ORIHUELA</b>	Baix Segura Murcia
<b>19. COCENTAINA</b>	El Comtat L'Alcoià

Fuente: Elaboración propia. Archivo personal

En total, los informativos contaban con 19 corresponsalías con una función básica que el corresponsal de La Safor describe así:

No todos los corresponsales éramos igualmente activos pero la función, para todos, era revisar todas las noticias locales, proponer temas de la comarca, y elaborar otros que desde la redacción pedían que se cubrieran. Pasaba con frecuencia que si algún personaje a quien se quería grabar acudía a la comarca y en la redacción no había medios suficientes para

cubrir esa noticia, era yo, como corresponsal de la zona, quien realizaba la cobertura, o grababa la entrevista, aunque fuera incluida en otra pieza. Eso abarcaba todas las áreas del informativo, incluidos los deportes, e incluso en ocasiones reforzaba programas (Salvador Seguí. Corresponsal TVV en La Safor. Entrevista 20).

En el día a día, sin embargo, las funciones variaban de unas corresponsalías a otras. Por un lado se veían condicionadas por las específicas características sociales y geográficas de cada comarca. La Comunidad Valenciana se configura físicamente como una plana litoral muy densamente poblada y un interior, que comienza relativamente cerca del litoral, en la cota 100, en el que la densidad de población y actividad humana son muy bajas. Como explica Josep Vicent Boira, «es un territorio que ha concentrado casi toda su actividad en las planas litorales. En realidad, es un territorio intrínsecamente desequilibrado [...]» (Entrevista 2).

Este desequilibrio se tradujo en que las zonas económica y socialmente más activas generaran más noticias y más interés por parte de la dirección de los informativos. De tal modo que, como explica José Manuel Granero, «las corresponsalías importantes, que son cabeceras de comarca, Gandia, Torrent, las poblaciones de más de 20.000 habitantes, generaban sistemáticamente una o dos noticias al día cada una» (José Manuel Granero. Entrevista 17).

Por otro lado, el funcionamiento autónomo de los corresponsales, que no formaban parte de la plantilla de la cadena sino que trabajaban como colaboradores, condicionaba mucho el nivel de actividad y el grado de implicación de cada uno de ellos.

En el día a día —explica el corresponsal de La Safor— la carga de trabajo variaba de unos corresponsales a otros. Había algunos que no se dedicaban exclusivamente a la corresponsalía y eran menos activos. En mi caso concreto, yo me dedicaba en exclusividad a esto, de manera que intentaba proponer muchos temas a diario, y de hecho, acostumbraba a hacer incluso más de los que proponía (Salvador Seguí. Corresponsal de La Safor. Entrevista 20).

El ámbito geográfico de cobertura se circunscribía —salvo situaciones excepcionales— a las comarcas que cada corresponsal tenía asignadas. El temático, sin embargo, era amplísimo. Para el corresponsal de La Safor el objetivo era claro: «Cuanta más variedad de temas se tocaran, cuanto mayor fuera el número de pueblos que aparecieran, cuanto

mejor y más puntual fuera la cobertura del territorio, mayor iba a ser la audiencia» (Salvador Seguí. Corresponsal de TVV en La Safor. Entrevista 20).

Con esa premisa, los corresponsales se ocupaban de las fiestas, los sucesos, los deportes, la industria, la agricultura o ganadería de su comarca, las cuestiones de la política local o las noticias de sociedad que pudieran generarse.

En mi caso —detalla Salvador Seguí—, había noticias clásicas que se repetían cada año sistemáticamente: el aclareo de los naranjos, la primera cosecha de cada variedad, el primer envío de cítrico al mercado europeo, el primer envío a los Estados Unidos. Hacía muchísimas piezas de agricultura porque esta comarca es la más temprana en las variedades de naranja, pero también hacía muchas vinculadas con la meteorología. Cuando llegaba la época de los grandes temporales y había inundaciones trabajábamos muchísimo. Había que estar disponibles 24 horas al día, siete días a la semana (Salvador Seguí. Entrevista 20).

El sistema de trabajo fue siempre el mismo. Cada corresponsal elaboraba a diario el listado de noticias que podían cubrirse en su comarca o sus comarcas de referencia. Desde la redacción, un periodista se encargaba de la coordinación de los corresponsales. Diariamente, a primera hora de la mañana —o a última hora del día anterior, según etapas— se ocupaba de lo que se dio en llamar «ronda de corresponsales». Uno tras otro se llamaba a cada corresponsal comarcal para anotar los asuntos que ellos ofrecían para el día y se decidía cuales debían cubrir y para qué tipo de pieza (plató, declaraciones, vídeo sin cortes o vídeo total con declaraciones).

Obviamente —señala Seguí—, las localidades más grandes suelen ser también las que tienen más peso económico y político, más actividad y por tanto más interés informativo. Pero yo trataba de que también el resto de municipios estuvieran presentes porque me parecía importante cuidar a las fuentes y el periodismo de corresponsales es periodismo de calle. Intentaba que aparecieran todos los pueblos. Ofrecía todas las fiestas, al menos la más importante de cada pueblo. Llevaba un cierto control sobre el número de noticias y la presencia de cada municipio y trataba de que nadie se quedara fuera. Por ejemplo, cuando había piezas que se podían grabar en diferentes pueblos, intentaba grabar en aquellos que tenían menos presencia. De ese modo conseguía dos cosas, por un lado que desde los ayuntamientos o asociaciones de cada pueblo contaran conmigo, y por otro lado, que todos los ciudadanos se vieran reflejados (Salvador Seguí. Entrevista 20).

El corresponsal realizaba una notable labor de periodismo clásico de calle. Las rutinas productivas de los corresponsales exigían un especial cuidado de las fuentes, porque es la única manera de acceder a la información en ámbitos tan inmediatos.

Las fuentes —explica el corresponsal de La Safor— las fui consiguiendo poco a poco, haciendo relaciones personales, estableciendo contactos con policía local de cada pueblo, asociaciones, bomberos, puertos deportivos y por supuesto, ayuntamientos. Cruz Roja de Gandía y Oliva también hacían muchísimas propuestas. Ellos tenían presencia en televisión y yo tenía temas. Y los bomberos, me avisaban sistemáticamente. Estar trabajando codo con codo es clave para conseguir información. Por eso, era básico que toda la comarca me conociera. De hecho, todo el mundo sabía que yo era el corresponsal de Canal 9 de manera que cualquiera que se encontrara con un accidente o con cualquier otra cosa me avisaba enseguida (Salvador Seguí. Entrevista 20).

Junto a estas tareas, los corresponsales desempeñaban aún otra función, no establecida formalmente, pero que sin embargo era sustancial para la elaboración del informativo: en muchas ocasiones desempeñaban una importante labor de apoyo a la redacción. Se convertían en fuente de información y contactos para los redactores de informativos.

Creo que era un recurso importante. Desde Valencia localizar era muy difícil, sin embargo para mí era sencillísimo. Yo conocía mi territorio a la perfección y tenía los contactos. Sabía quién era quién y sabía a quién le gustaba salir. Ellos mismos me avisaban. Eso no se puede hacer desde la redacción porque esos contactos no pueden hacerse a distancia (Salvador Seguí. Entrevista 20).

Así, las localizaciones de numerosas conexiones en directo, la presencia de determinados entrevistados o la elección de ésta o aquella zona concreta para grabar obedecían a la recomendación o gestiones del corresponsal, aun cuando la pieza se grabara y elaborara desde la redacción de informativos.

Mención aparte merece la cobertura de los sucesos por parte de las corresponsalías. En un área informativa especialmente proclive a las noticias de alcance, la velocidad de reacción es fundamental para mejorar esta cobertura. La presencia de los corresponsales comarcales era sustancial por tanto en este tipo de noticias porque ellos eran la clave de la reacción rápida. Cualquier profesional que ha cubierto información de sucesos, sobre todo si lo ha hecho para un medio audiovisual, sabe hasta qué punto llegar primero marca la diferencia en la calidad de la cobertura. El valor informativo de las imágenes y las

declaraciones viene en muchos casos determinado por la inmediatez de la cobertura del suceso. Esa inmediatez es imposible de lograr desde la distancia. Por eso ningún medio con una sola sede central, sin cobertura de proximidad, puede aportar la profusión y calidad informativa que se logra, en el ámbito de los sucesos, con recursos de proximidad. Como recuerda Seguí: «cuando había un suceso de envergadura yo llegaba inmediatamente y más tarde llegaba la unidad móvil de Canal 9 que ya podía disponer de mis imágenes y mis entrevistas» (Salvador Seguí. Entrevista 20).

La característica distintiva y el valor fundamental de la información de comarcas es —ya se ha explicado aquí— reflejar el día a día, la vida cotidiana de los ciudadanos. Esa cotidianeidad la facilitaron en buena medida las corresponsalías, trabajando a pie de calle.

Las noticias de nacional e internacional —explica Seguí— las daban todos [los medios] más o menos igual. Pero la proximidad sólo la contaban los informativos de Canal 9. Al ciudadano le interesaba que le contaran las noticias sobre lo que nos pasa a los valencianos todos los días. Eso atraía y por eso el informativo tenía tanta audiencia (Salvador Seguí. Entrevista 20).

En definitiva el trabajo de los corresponsales representaba el eslabón más local, más inmediato, de la información de proximidad que emitía Televisión Valenciana. Con esa premisa y practicando un periodismo tradicional de fuentes directas, daban cobertura a todas y cada una de las áreas informativas. Desde la política o la economía a los deportes, la cultura o la sociedad, todos los ámbitos de la información tenían cabida en el periodismo de los corresponsales.

Pero además de la distribución de medios humanos, la tarea de dar difusión a un territorio vertebrado se sirvió de la elaboración de coberturas con eje geográfico que permitieron ofrecer una imagen articulada del territorio.

La elaboración de varias piezas distintas para dar cobertura a un asunto concreto que se desarrollaba a lo largo de todo el territorio o en distintos puntos de la Comunidad fue uno de los recursos más destacados y habituales de los informativos de Canal 9 para vertebrar geográficamente la información.

Se trataba de coberturas, rutinarias o especiales, en que la articulación territorial se convertía en hilo conductor y eje informativo. Cualquier ámbito de la información podía



recoger una de estas coberturas con *eje geográfico*. Las operaciones especiales de tráfico, las grandes campañas turísticas, el inicio del curso, o algún evento deportivo de seguimiento en toda la Comunidad son algunos ejemplos.

La cobertura de los temporales era tal vez la que, con más frecuencia, hacía uso de esta idea de *eje geográfico*. El informativo, sobre todo el de mediodía, podía contar con uno de estos dispositivos en un día cualquiera. Los temporales eran el caso más habitual y el que más envergadura alcanzaba por la extensión y las consecuencias.

El clima mediterráneo —explica uno de los meteorólogos de Televisión Valenciana— tiene una variabilidad enorme que genera mucha información, situaciones extremas y también mucho interés por la meteorología. O hace mucho calor de pronto, o llueve con mucha intensidad o no llueve durante meses. (Joan Carles Fortea. Entrevista 16)

La expresión «recorrido por la geografía del temporal» era frecuente cuando de lo que se hablaba era de algún episodio de temporal de lluvias o nieve que afectaba a diversas zonas de la Comunidad.

Aquellas eran grandes coberturas informativas —explica Matilde Alcaraz—. Cuando había una gota fría, cuando había temporales de nieve, se montaban conexiones en directo desde los diferentes lugares donde había noticia, y se hacían diferentes vídeos de la misma temática, pero no con el ánimo de repetir información. Si la gota fría había abarcado diferentes comarcas, se intentaba que esas comarcas estuvieran todas representadas con diferentes vídeos y diferentes conexiones en directo (Entrevista 19).

Lo verdaderamente sustancial, tanto informativamente como desde el punto de vista de la vertebración territorial, eran las imágenes que mostraban los efectos del temporal localizadas en distintos puntos del territorio. En palabras del delegado de AEMET en la Comunidad Valenciana:

Cuando había una situación complicada se seguía mucho más «el tiempo» porque mostraban imágenes, y además imágenes grabadas en sitios que no estaban a cinco minutos de Valencia sino muy alejadas de la capital. ¿Quién sabía dónde estaba Beniarbeig, el río Girona, o la rambla Gallinera? Yo creo que en general la gente ni sabía hasta entonces que existían estos ríos (Jorge Tamayo. Director AEMET CV. Entrevista 8).

Sin duda la información meteorológica es de especial importancia en la Comunidad Valenciana. Pero no sólo, como se ha dicho más arriba, la meteorología daba lugar a estas

coberturas con eje geográfico. Las jornadas electorales —sobre todo cuando se trataba de elecciones autonómicas—, las fiestas populares —en concreto, las Fallas y la Semana Santa— y el tradicional Sorteo de Lotería de Navidad suponían un notable despliegue de medios. Redacción central, delegaciones, y corresponsalías trabajaban conjuntamente para sacar adelante estas coberturas.

En todos los casos el objetivo último era servir una información de proximidad exhaustiva pero al tiempo se convertían en grandes mecanismos vertebradores, en tanto que permitían visibilizar distintas partes del territorio y provocaban identificaciones entre unas y otras zonas.

La cobertura de las jornadas electorales resulta especialmente interesante porque nunca, hasta el momento en que comenzaron las emisiones de Televisión Valenciana, los ciudadanos de la Comunidad habían podido informarse a través de la televisión de los resultados de una cita electoral en su comarca o localidad concreta.

Se ofrecía información desde las sedes de todos los partidos en la Comunidad Valenciana y datos en directo de la evolución de resultados en todos los municipios del territorio autonómico. Canal 9 cubrió todas las jornadas electorales hasta 2013 con un dispositivo amplio que fue creciendo a medida que evolucionaban los medios técnicos. José Manuel Granero coordinó aquellos dispositivos en varias ocasiones:

El día de las elecciones el dispositivo informativo se prolongaba desde una hora antes de la apertura de las urnas hasta el 99 por ciento de los votos escrutados. Eso suponía una jornada de emisión desde las ocho de la mañana hasta las dos y media o las tres de la madrugada ininterrumpidamente (José Manuel Granero. Entrevista 17).

La diferencia fundamental entre dicho dispositivo y el que hubiera podido poner en marcha la delegación de Televisión Española era, obviamente, *la clave de proximidad*. La televisión autonómica hacía una apuesta por la información más cercana, la de las comarcas y pueblos, que el ciudadano no iba a poder encontrar en ninguna otra cadena de televisión. «En las capitales de provincia —explica Granero— y en todos los ayuntamientos que eran capital de comarca había un dispositivo de directo [...] Cada ayuntamiento tenía su enlace, cada colegio electoral, cada sede de partido político por pequeño que fuera, ambiente en la calle. Se hacían multitud de conexiones» (José Manuel Granero. Entrevista 17).

De este modo la jornada electoral se seguía desde todo el territorio de la Comunidad. Y, sobre todo, una vez cerrados los colegios electorales, la información que se ofrecía, primero con sondeos, después con datos de escrutinio, no se limitaba a las cifras globales de ámbito estatal o autonómico. Desde finales de los noventa, con todo el territorio cableado y acceso inmediato a cada capital de comarca, Canal 9 apostó en las noches electorales por una ronda de directos que recorría de norte a sur y de este a oeste toda la geografía de la Comunidad. Las comarcas asumían un protagonismo impensable en una cadena de ámbito estatal.

La ronda de directos aportaba los datos locales y comarcales de participación, y a lo largo del recuento actualizaba la evolución de los resultados. Ya avanzado el escrutinio, los equipos desplazados a cada capital de comarca realizaban la primera entrevista con el virtual ganador de cada ayuntamiento. Esta cobertura se reforzaba con gráficos desde plató y con información superpuesta en pantalla que iba actualizando los resultados en los 542 municipios de la Comunidad.

La Lotería de Navidad ponía en marcha, como sucedía con las jornadas electorales, otro de los dispositivos habituales con *eje geográfico*. «La cobertura del sorteo de Navidad —explica Granero— implicaba un despliegue en las tres provincias de la Comunidad, con dispositivos móviles de enlace establecidos en zonas estratégicas para que cuando saliera el Gordo o un premio importante pudiéramos ser los primeros en llegar» (José Manuel Granero. Entrevista 17).

La complejidad de este dispositivo especial radicaba en que había que prever la cobertura en previsión de muy diversos escenarios. Todos los corresponsales, todos los equipos de directo y todas las unidades móviles estaban desplegados a lo largo y ancho de la Comunidad.

Los puntos de directo se distribuían estratégicamente por todo el territorio autonómico para vivir el sorteo *a pie de calle*. Para ello se elegían ubicaciones populosas como mercados, plazas o cooperativas agrícolas, lugares repletos de gente que desarrollaba su actividad cotidiana al tiempo que participaba del ambiente del sorteo. Estas ubicaciones se convertían además en *rampas de lanzamiento* de los equipos hacia todos los puntos de la Comunidad, de tal modo que si salía cualquier premio en un punto del territorio el tiempo de llegada y grabación de imágenes fuera el mínimo posible. La Font de la

Figuera, Requena, Benidorm, Gandia, Elche, Vinaròs, Segorbe... Las ubicaciones variaban de unas ediciones a otras pero siempre se seguía ese mismo criterio vertebrador.

Además de los puntos de directo establecidos en el guión del programa, había al menos otros tres equipos completos de directo preparados. Los equipos itinerantes permanecían en alerta en la propia sede de Burjassot o en vías rápidas de acceso a las principales carreteras. Su objetivo era la intervención rápida, salir de manera inmediata hacia el punto de premio de forma que se pudiera ofrecer cobertura en directo en el menor tiempo posible.

El papel de las corresponsalías era básicamente estar de guardia. Los corresponsales eran la garantía última de que fuera cual fuera la administración premiada, el acceso sería inmediato. «Para el dispositivo de la lotería —explica el corresponsal de La Safor— los corresponsales éramos imprescindibles. Nos necesitaban a todos porque el personal de la redacción no podía cubrir todo el territorio sin nosotros» (Salvador Seguí. Entrevista 20).

Por último, entre los dispositivos que se repetían periódicamente con un esquema vertebrador destaca la cobertura de Fallas y la Semana Santa. En la Comunidad Valenciana se celebran centenares de fiestas tradicionales —después se abordará su importancia como elemento de proximidad— sin embargo, estas dos fiestas resultan especialmente relevantes como elemento vertebrador porque en ambos casos las celebraciones se desarrollan al mismo tiempo en buena parte del territorio. Ese hecho hace que con la cobertura se intentara, como en los ejemplos anteriores, dibujar un mapa autonómico de la fiesta. El planteamiento, según, José Manuel Granero, era el siguiente:

No sólo en Fallas, sino incluso la semana antes de Fallas en los informativos se hacía un recorrido por las fallas de Torrent, las fallas de Gandia, Benicarló, Benicasim, las fallas de Benidorm, Elda, y Dénia. Y con las procesiones de Semana Santa igual. Se intentaba tener una muestra representativa (José Manuel Granero. Entrevista 17).

Con ello se daba visibilidad al *mapa de la fiesta*. En el caso de la Semana Santa, sucedía algo parecido. Obviamente es una fiesta muy arraigada y las manifestaciones populares son múltiples, y en este caso diversas. El repaso, con un eje geográfico, de las fiestas o procesiones de la Comunidad ejercía una función de doble reconocimiento. Para el director del Archivo de Religiosidad Popular, «si esas fiestas se plasman en imágenes, la

visibilidad hace normal y cercano, a nivel general, lo que ocurre desde Zorita del Maestrat hasta Pilar de la Horadada» (Andrés de Sales Ferri. Entrevista 4).

### 6.2.3. Otros elementos de proximidad

Uno de los rasgos diferenciales de los informativos de la televisión valenciana, como de las demás autonómicas, lo marcaba la cobertura de lo autóctono, que sirvió como importante elemento de articulación territorial, social y política y como instrumento básico de proximidad.

Del mismo modo que ETB retransmite las competiciones de traineras o TV3 las exhibiciones de *castellers*, Canal 9 se ocupó de dar visibilidad a ámbitos informativos de raigambre autóctona, aquello que la Ley de creación de RTVV llama en el preámbulo «peculiaridades del Pueblo Valenciano». El deporte de la *pilota*, las fiestas populares o un sector productivo de tanto arraigo histórico y social como la agricultura tuvieron un notable seguimiento por parte de los informativos de la televisión pública autonómica. Dar visibilidad a lo autóctono era sobre todo dar visibilidad a lo más próximo.

El deporte de la *pilota* tenía y tiene un arraigo de siglos en la sociedad valenciana. Como apunta en su informe BIC el Consell Valencià de Cultura:

[...] a pesar que fins els segles XV i XVI el joc de pilota era una de les manifestacions esportives més populars de la Corona d'Aragó amb els segles és l'antic Regne de València el lloc on assoleix una popularitat major i on continua practicant-se en diverses modalitats.

Entre los siglos XIX y XX se convierte en el deporte valenciano por antonomasia. Se practica, en trinquetes o en la calle, en la mayor parte de municipios de la Comunidad. Sin embargo, durante la segunda mitad del siglo XX queda restringido al ámbito de los aficionados, un mundo cerrado que —como reconoce el *pelotari* Waldo Vila— pierde fuerza con rapidez:

La sociedad ha ido modernizándose y en ese camino a la modernización hemos perdido algo de nuestras raíces, y por supuesto en el tema de la *pilota valenciana*. Sin embargo, aún queda en la Comunidad un sentimiento de propiedad de la *pilota* y mucho interés por apoyar este deporte. De hecho, en la mayoría de pueblos o existen instalaciones para jugar o hay alguna calle habilitada para practicar este deporte aunque en unos pueblos se sigue jugando y en otros ya no (Waldo Vila. Entrevista 14).

El 21 de abril de 1990, cuando Canal 9 llevaba emitiendo sólo unos meses, la cadena autonómica retransmitía por primera vez una partida de *pilota*. Se trataba de la final entre Genovés y Álvaro desde el *Trinquet del Surdo*, de Gandia.

Recuerdo —explica Juli Esteve— la final histórica entre Genovés y Álvaro. Genovés había ganado todo y era la última vez que trataba de hacerlo. Fue una partida igualadísima pero finalmente ganó Paco Genovés y la emoción de la gente fue impresionante. Aquello hacía afición y Canal 9 estaba allí (Juli Esteve. Entrevista 18).

A partir de aquel momento, la cadena autonómica se ocupó del deporte autóctono con asiduidad. «Hubo quien pensó —recuerda el corresponsal de La Safor— que si se retransmitían las partidas por televisión los aficionados no irían a los trinquetes. Pero nuestro trabajo sirvió para revitalizar el deporte» (Salvador Seguí. Entrevista 20). Se le dio cobertura diaria desde los informativos, se realizaron programas específicos y las retransmisiones se hicieron habituales.

Inicialmente —recuerda el pelotari Waldo Vila— sólo se daban las finales más importantes, los campeonatos de más envergadura. Después se consiguió dar todas las semanas una partida que, aunque no fuera en directo, se retransmitía en diferido todos los domingos. Y poco a poco evolucionó la cobertura hasta llegar a emitir, además de la partida del fin de semana, a lo largo de toda la semana, un programa diario de 20 minutos que daba cuenta de las principales actividades y noticias que generaba nuestro deporte (Waldo Vila. Entrevista 14).

Aquel seguimiento repercutió de manera muy directa en el mundo de la *pilota*. La presencia del deporte autóctono en televisión lo sacó de los trinquetes y aumentó el conocimiento que desde el resto de la sociedad se tenía de ese mundo. Aquella revitalización de la *pilota* se tradujo en modernización de instalaciones, adaptación de los trinquetes a las necesidades gráficas de la televisión, y un mayor seguimiento del deporte autóctono.

Aquella cobertura televisiva —explica Vila— supuso para la *pilota* que se le abrieran muchas puertas: generó el interés de los patrocinadores, hizo que surgieran nuevos aficionados y, sobre todo influyó en el nivel de base. Permitted crear escuelas y formar a los más pequeños, nuevos jugadores para en nuestro deporte (Waldo Vila. Entrevista 14).

En 2014 la Generalitat Valenciana decidió solicitar la condición de Bien de Interés Cultural para el deporte de la *pilota*. El informe elaborado para ello por el Consell Valencià de Cultura, que ya se ha citado antes en este trabajo, afirmaba: «La necessitat de visualització i divulgació del joc, que abans propiciava Radiotelevisió Valenciana, caldria es realitzara per mitjans adequats» (Informe BIC. Consell Valencià de Cultura).

Sin embargo, pese a que la *pilota* se convirtió en el primer deporte con este nivel de protección, el cierre en 2013 de la única cadena que se había ocupado desde su nacimiento del deporte valenciano haría difícilmente materializable esta voluntad política. «Yo hacía una partida semanal [de *pilota*] y una noticia diaria —recuerda el corresponsal de La Safor—. Ahora la *pilota* ha desaparecido» (Salvador Seguí. Entrevista 20).

Otro de los elementos autóctonos que estuvo profusamente presente en los informativos de la televisión valenciana fue el de las fiestas tradicionales de los distintos pueblos de la Comunidad. En palabras del director del Archivo de Religiosidad Popular:

En Canal 9 teníamos desde el principio de enero Sant Antoni del Porquet, San Sebastià, San Vicent de la Roda, la Beata Inés de Benigànim, teníamos el mes entero. En febrero, el día 2 grababan la Candelaria, el día 3 Sant Blai en Torrent, La Entrada de la Flor, y ya teníamos ahí los Moros y Cristianos de Bocairent. Así podría continuar durante los 12 meses del año. Durante todo el tiempo que ha estado emitiendo Canal 9 hemos podido ver todas esas fiestas, por curiosidad, por interés, cada uno por la razón que fuera, pero todos han podido verse reflejados (Andrés de Sales Ferri. Director del Archivo de Religiosidad Popular. Entrevista 4).

La cobertura de estas fiestas permitía articular visualmente todo el territorio autonómico porque hacía visibles cada uno de sus pueblos y comarcas, sus peculiaridades y sus rasgos comunes. Para Ferri:

Durante casi 25 años Canal 9 ha acercado, ha hecho normal para toda la Comunidad lo que era normal a nivel local o comarcal. Los reportajes de las fiestas de los pueblos servían precisamente para poner en común porque te hacían ver que, por ejemplo San Blas no todo el mundo lo celebra el 3 de febrero. La inmensidad de peculiaridades de lo mismo, precisamente, nos hacía participar más de lo que somos todos: valencianos. La televisión servía para mostrar que había una referencia particular en cada sitio, en cada población, pero al tiempo existía una universalidad común (Andrés de Sales Ferri. Entrevista 4).

El seguimiento habitual de las diversas fiestas de la Comunidad daba visibilidad a poblaciones muy pequeñas o tradiciones que hasta entonces se habían mantenido en un ámbito muy local. La *peregrinació de Les Useres* es un buen ejemplo de ello. Les Useres es un pueblo de L'Alacalaten, en el interior norte de Castellón, con sólo 964 habitantes en 2013. Canal 9 puso en el imaginario colectivo de la Comunidad una fiesta que hasta 1989 era muy conocida en la comarca pero desconocida para el resto del territorio autonómico. *L'entrada de bous i cavalls* de Segorbe es otro ejemplo. O la *foguera de Sant Antoni*, en Canals. Y desde luego ferias centenarias de raigambre y peso económico en varias comarcas como la *Fira de Xàtiva* o la *Fira de Tots Sants* de Cocentaina. En todos los casos se trata de manifestaciones muy populares en sus comarcas de origen, incluso en algunos casos también en las comarcas cercanas, pero desconocidas para el resto del territorio.

No hace falta televisión en cada pueblo —apunta el director del Archivo de Religiosidad Popular— para saber que llegan las fiestas del pueblo. Pero sí es necesaria para que esas fiestas lleguen al resto, para hacerlas comunes (Andrés de Sales Ferri. Entrevista 4).

En 1991 se retransmite por primera vez en televisión la *Tomatina*. Era entonces una fiesta local, relativamente nueva, que Buñol celebraba apenas desde los años sesenta. Aquella primera retransmisión y las imágenes de la fiesta que Televisión Valenciana compartió desde entonces con el resto de cadenas de la FORTA pondrían la *Tomatina* en el calendario de fiestas curiosas para todos los medios de comunicación españoles y con el tiempo, de todo el mundo.

Pero la *Tomatina* no fue la única fiesta que se convirtió en retransmisión obligada. Con el tiempo, se generó un calendario de retransmisiones festivas que sistemáticamente se repetía cada año.

En enero —recuerda José Manuel Granero— se retransmitía la cabalgata de Reyes de Alcoy, la *cremà* de la Foguera de Canals, las proclamaciones de las Falleras Mayor e Infantil a finales de mes; en febrero, el carnaval de Vinaròs; en marzo, las Fallas, que incluían el acto de la *Crida*, las *mascletàs*<sup>54</sup>, los premios, la Ofrenda y la *cremà*, y a final de marzo la Magdalena. A principios de abril la Semana Santa, y también en abril las

---

<sup>54</sup> El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española no reconoce ninguna traducción para la palabra valenciana *mascletà*. Pese a que en valenciano la norma ortográfica exigiría escribir *mascletada* y *mascletades*, este trabajo ha optado por mantener la forma popular de uso habitual, *mascletà* y castellanizar su plural, *mascletàs*. En ambos casos aparecerá siempre en cursiva por su condición de palabras especiales.



Entradas Mora y Cristiana de Alcoy; en junio las Hogueras [...]; la Tomatina en agosto; la *Entrada de bous y cavalls* de Segorbe en septiembre... (José Manuel Granero. Entrevista 17).

Entre las fiestas que mayor cobertura recibían estaban, desde luego, las Fallas. La información fallera iba más allá de la semana de Fallas. Comenzaba en los talleres de los artistas:

Incluso antes del mes de enero —recuerda el Maestro Mayor del Gremio de Artistas Falleros— Canal 9 comenzaba a hacerse eco de nuestro trabajo, no sólo aquí en Valencia sino también en Burriana y Alicante. Y además no se quedaban tan sólo en las fallas de especial, sino que dejaban constancia del trabajo de todo el sector, fallas más baratas, más humildes, también. Casi todos los días tocaban el tema de las fallas (José Ramón Espuig. Maestro Mayor del Gremio de Artistas Falleros. Entrevista 9)

El acto de la *Crida*, en febrero, se retransmitía en directo y a partir del uno de marzo, podían verse también en directo todas las *mascletàs* de la Plaza del Ayuntamiento de Valencia. Cuando coincidían en fechas las *mascletàs* de Fallas y las de las fiestas de la Magdalena, de Castellón, se emitía una en directo y la otra, completa y en diferido, al final del informativo.

En la retransmisión de una *mascletà* —explica José Manuel Granero—, Canal 9 hacía un despliegue excepcional que atraía a la audiencia porque permitía ver en una *mascletà* los puntos de vista de once cámaras. Once cámaras manejadas, realizadas, producidas, personalizadas con puntos de directo, trabajadas con un esquema de guión, con el conocimiento de algo que se estuvo haciendo durante muchos años (Entrevista 17).

Ya inmersos en la semana de Fallas, Canal 9 ponía en marcha un dispositivo especial para retransmitir todos los años los dos días de la Ofrenda.

No se escatimaba —recuerda Granero— en un evento que empezaba a las cuatro de la tarde y acababa a las tres de la madrugada, porque respondía al espíritu de proximidad que se buscaba, al espíritu de hacer comunidad que se quería, porque era un evento seguido, más en Valencia que en Alicante y Castellón, pero seguido en masa, casi como un partido de fútbol (Entrevista 17).

La noche de la *Cremà* otro dispositivo especial retransmitía con un programa de tres horas la *cremà de* las fallas más destacadas por toda la Comunidad. No sólo las ganadoras

en Valencia y las municipales de la capital sino también las ganadoras de Alzira, Benidorm, Burriana o Gandia. Según señala José Manuel Granero, suponía un despliegue de medios importante:

Para el programa especial de la *Cremà*, por ejemplo, nosotros alquilábamos un helicóptero, que costaba 3000 euros. Parecerá un derroche pero se cuantificaba el gasto y el beneficio. Durante dos horas el helicóptero recorría las cinco fallas principales, daba planos espectaculares que hacían que más del cincuenta por ciento de los valencianos se pusieran delante del televisor. Y se traducían en que el patrocinador del programa quisiera estar presente año tras año. No era necesario buscar el patrocinador porque eran ellos quienes acudían a nosotros (José Manuel Granero. Entrevista 17).

La *Magdalena*, en Castellón o les *Fogueres* en Alicante recibían coberturas similares. Pero más allá de las fiestas de mayor envergadura, la cadena tuvo siempre la voluntad de visibilizar igualmente aquellas fiestas más pequeñas, o menos conocidas, que se celebraban en todas las poblaciones de la Comunidad. *La Muixaranga*, de Algemesí, la *cordà* de Paterna, o el día de Pascua en San Vicente de Llíria, son algunas de las fiestas que, pese a tener menor repercusión, recibían igualmente cobertura.

Es importante destacar el tercer elemento de proximidad que se avanzaba al comienzo de este epígrafe: la información agraria. *El Camp* fue durante toda la vida del medio un espacio fundamental, ineludible, en los informativos de Televisión Valenciana que sirvió para acercar al espectador a una de las actividades socioeconómicas de mayor arraigo en la Comunidad.

Era raro —recuerda el presidente de la Asociación Valenciana de Agricultores— el día en que el sector agrario no estaba presente en Canal 9 por un lado u otro. Incluso en la información meteorológica se hablaba siempre de los efectos que en la agricultura podía tener cualquier fenómeno que se produjera. Lo que es cierto es que en los informativos, en los debates, toda aquella información que generaba el mundo agrario en la Comunidad Valenciana, en Madrid, o en Bruselas se cubría muy adecuadamente (Cristóbal Aguado. Entrevista 5).

No se puede olvidar el peso histórico de la agricultura en la Comunidad Valenciana y su peso socioeconómico actual. Durante buena parte de la vida de la cadena, el informativo de mediodía de Canal 9 emitió un espacio, que bajo el nombre de *El Camp*, recogía noticias de actualidad agrícola y ganadera y la tabla de precios en las

lonjas. Se trataba de información muy específica que, pese a dirigirse fundamentalmente a los profesionales del sector, despertó siempre un interés notable en la audiencia.

Era importantísima —recuerda Aguado—, porque los agricultores y el resto de ciudadanos tenían mucho más presente el campo de lo que lo pueden tener hoy. Si un medio se hace eco, en distintas formas, de un sector profesional y económico como es el agrario, habla de las formas de producir, de los diversos productos, muestra los campos, muestra toda la cadena comercial, toda esa información mantiene el sector en la actualidad, lo mantiene vivo (Cristóbal Aguado. Entrevista 5).

*El Camp* no se limitaba a recoger la actualidad estricta. Intentaba hacer un seguimiento del día a día. Los cítricos, almendros, olivos, vid, caqui, cereal, la pesca de bajura y la ganadería aviar, porcina y bovina, sobre todo, interesan en la Comunidad. Y recoger información cotidiana sobre todos estos subsectores suponía un importante elemento articulador del territorio, porque su distribución geográfica estructuraba el mapa autonómico de norte a sur y de este a oeste de la comunidad autónoma.

Y lo hacía además alejándose de las grandes ciudades que concentran la actividad industrial y financiera. De tal modo que aquella información constituía un instrumento para dar visibilidad a las zonas rurales de la Comunidad y poner de relieve comarcas alejadas de los grandes núcleos urbanos, que generan *a priori* menos interés informativo. Gracias a la información agraria salieron a la luz incluso núcleos como Roma, Los Pedrones o San Juan, todas ellas pedanías de Requena de apenas unas decenas de habitantes que prácticamente nunca habían aparecido antes en televisión.

Además de los tres elementos de proximidad ya expuestos en este epígrafe, merece mención aparte la información meteorológica. Si bien en rigor la meteorología no puede considerarse un elemento autóctono en ninguna parte, no es menos cierto que las peculiaridades climáticas de la Comunidad Valenciana dotan a esta información de un notable interés como información de proximidad. La información meteorológica de Canal 9 desempeñó además el papel de fijación gráfica del territorio como geosímbolo —en el sentido que el estudio señala en el capítulo uno—. Juli Esteve lo describía así hace unos años:

La meteorología, en “un país que no sap ploure”, com canta Raimon, era esencial per a l’audiència. Aquest teorema quedaria amb els anys perfectament demostrat per les grans puntes d’audiència que tenia un informatiu un dia d’inundacions. [...] L’aposta era valencianitzar la informació meteorològica. Mapes d’ací i dades de temperatures màximes i mínimes i de precipitacions també d’ací. I havien d’arribar amb la major celeritat possible (Esteve, Álvaro, López, Alcañiz y Blay, 2000, p. 62).

Durante 24 años de emisión *L’Oratge* dibujó, más que ninguna otra programación, el mapa de la Comunidad Valenciana. El espacio de *L’Oratge* fue una novedad en la Comunidad. Por primera vez, proporcionaba información meteorológica del territorio autonómico, confeccionada desde aquí y en valenciano. «Si la comparas con una información que abarca toda la Península Ibérica —explica Joan Carles Fortea (Entrevista 16)— lo que tenía *L’Oratge* era una especificidad, un grado de detalle, al que un medio nacional no puede llegar». Era la primera vez que los ciudadanos de la Comunidad contaban con un espacio exhaustivo centrado en la escala autonómica.

Era toda una novedad —explica el primer coordinador de los informativos— aunque era una fórmula que sabíamos que funcionaba. El programa de *El Temps* de TV3 era ya un programa de referencia, había hecho escuela y había conseguido que mucha gente se enganchara a la información meteorológica de calidad. Nosotros intentamos hacer eso mismo y mucha gente lo seguía con asiduidad. El *share*, minuto a minuto, demostraba que era un espacio que tenía muchísima audiencia (Juli Esteve. Entrevista 18).

Cuatro meteorólogos formaban el equipo del departamento de meteorología de Televisión Valenciana. Vicent Gómez, Victoria Rosellò, Jordi Payá y Joan Carles Fortea se ocupaban, siete días a la semana, desde el primer informativo de la mañana y hasta el último de la noche, de elaborar la información meteorológica y mantener actualizadas las previsiones. Joan Carles Fortea describe así la rutina diaria del departamento:

Lo primero era saber lo que había pasado. Para ello, se confirmaba con los compañeros si se había producido alguna situación reseñable. Nos conectábamos a las estaciones meteorológicas que había y hablábamos con los colaboradores que nos proporcionaban los datos [...] Una vez teníamos esa información, mirábamos los mapas del satélite *METEOSAT*. Podíamos acudir a la previsión que hacía el Centro Meteorológico, y también lo hacíamos, pero el receptor de satélite nos permitía mirar directamente los mapas y los cuatro teníamos formación para interpretarlos correctamente. De ese modo hacíamos nuestra propia previsión. Una vez hecha, había que prepararla, hacer el formato gráfico,

organizar la escaleta, planificar el trabajo que se quería sacar adelante, decidir si se quería elaborar alguna información al margen de los mapas y buscar entre las fotos que nos enviaban los espectadores si había alguna imagen interesante. Se montaba todo, se enviaba al estudio y una vez se había comprobado que todo estaba bien, el final era presentar toda esa información. Habitualmente íbamos apuradísimos. Había días en que no nos sobraba ni un minuto (Joan Carles Fortea. Entrevista 16).

Elaborar esta información exigía hacer uso a diario de una importante dotación de medios técnicos y colaboración ciudadana. En primer lugar contaban con acceso directo al satélite *METEOSAT*.

El receptor del satélite *Meteosat* —explica Fortea— fue uno de los primeros elementos que se compraron. Estaba instalado en el departamento de *L'Oratge* y eso nos facilitaba mucho la tarea. Era una cuestión muy interesante porque recibir directamente las imágenes del satélite nos daba una independencia muy grande (Joan Carles Fortea. Entrevista 16).

En segundo lugar, disponían de un instrumento de información privilegiado: los datos proporcionados por los colaboradores. Los colaboradores eran ciudadanos aficionados a la meteorología repartidos por todo el territorio de la Comunidad, que contaban con estaciones meteorológicas propias y que a diario proporcionaban los datos de temperatura, viento y lluvia en cada uno de esos puntos de la geografía. En total, dependiendo de las épocas, fueron entre 100 y 150.

Muchos de ellos —explica Fortea— disponían de estaciones meteorológicas proporcionadas por la Agencia Estatal de Meteorología, algunos incluso eran observadores oficiales. Otros tenían su propia estación. Nosotros desde luego preguntábamos qué tipo de instalación tenían, en qué condiciones se tomaban los datos [...] En definitiva cada uno contaba con unos medios. Unos eran más básicos, otros más sofisticados. Pero había muchos que trabajaban con medios absolutamente profesionales (Joan Carles Fortea. Entrevista 16).

La red de colaboradores fue clave en la precisión y amplitud de la información meteorológica de Televisión Valenciana porque permitió contar con datos tomados a pie de territorio en todas las comarcas de la Comunidad.

En la provincia de Alicante había observatorios colaborando desde las nueve comarcas que la componen:

<b>COMARCAS DE ALICANTE</b>	<b>Sedes de los observatorios</b>
L'Alt Vinalopó	Villena
Baix Segura	Orihuela, Torrevieja
Baix Vinalopó	Elche, Crevillent
El Comptat	Cocentaina, Gaianes, Muro de Alcoy
La Marina Baixa	Benidorm
L'Alacantí	Alicante
L'Alcoià	Alcoy, Castalla, Banyeres de Mariola
La Marina Alta	Dénia, Pego, Pedreguer, Javea, Teulada, Parcent
Vinalopó Mitjà	Elda, Novelda, Pinoso

En la provincia de Castellón también sus ocho comarcas contaban con observatorios colaboradores:

<b>COMARCAS DE CASTELLÓN</b>	<b>Sedes de los observatorios</b>
Baix Maestrat	Vinaròs, Benicarló, La Jana, Xert, Fredes (La Pobla de Benifassà)
La Plana Baixa	Nules, La Vall d'Uixó
Els Ports	Morella, Cincorres, Castellfort
La Plana Alta	Torreblanca
L'Alcalatén	L'Alcora, Atzeneta del Maestrat
L'Alt Maestrat	Albocàsser, Catí, Vilafranca

L'Alt Millars	Montanejos
L'Alt Palancia	Segorbe, Viver

En la provincia de Valencia se concentraba el mayor número de observatorios colaboradores:

<b>COMARCAS DE VALENCIA</b>	<b>Sedes de los observatorios</b>
Camp de Morvedre	Sagunto, Estivella
Camp de Túria	Llíria, Serra
Rincón de Ademúz	Ademuz, Pico Gavilán (en la Puebla de San Miguel)
Los Serranos	Chelva, Aras de Los Olmos, Titaguas, Bugarra
La Canal de Navarrés	Enguera, Anna, Bolbaite
La Costera	Xàtiva, Genovés
La Foia de Bunyol	Buñol, Cheste
La Plana d'Utiel-Requena	Requena, Utiel, Caudete de las Fuentes
La Ribera Alta	Alzira, Carlet, Montroy, Guadassuar, Sumacàrcer, L'Alcúdia, Carcaixent, La Pobla Llarga
La Ribera Baixa	Sueca, Cullera
La Safor	Gandia, Tavernes de la Valldigna, Oliva
La Vall d'Albaida	Ontinyent, Bocairent, Carrícola, Fontanars dels Alforins, Bèlgida, L'Olleria, Otos
La Vall de Cofrents	Jalance
L'Horta	Valencia, Torrent

En resumen, la red de colaboradores de *L'Oratge* se convirtió, en palabras de Juli Esteve, en «la més ràpida font de dades meteorològiques que hi ha al País Valencià» (2000, p.

64). Y gráficamente, aquella red conformó un detallado mapa de la Comunidad Valenciana.



Fuente: Elaboración propia. Contenido extraído del listado de trabajo de *L'Oratge*. Material proporcionado por Joan Carles Fortea. En negro se señalan las localidades donde había colaboradores particulares. En rojo aparecen las localidades donde se utilizaban observatorios oficiales del Instituto Nacional de Meteorología.



Contactar a diario con más de un centenar de puntos concretos de la Comunidad proporcionaba a *L'Oratge* un nivel de detalle en la información que es imposible lograr con otros medios, por sofisticados que sean.

Básicamente —señala Fortea— nos aportaban datos de temperatura, humedad y lluvia. Pero además hacían un comentario detallado de lo que estaba pasando. Te explicaban si era normal para la época del año en que estuviéramos. Detallaban de qué modo estaba repercutiendo en el campo, cómo iba la fruta de avanzada. Te daban información fenológica, información sobre lo que pensaba la gente en la calle. Iba más allá de la información meteorológica. Las conversaciones con ellos, cada día, eran mucho más que datos meteorológicos. Eran como abrir una ventana. Te aportaban muchísima información transversal que nos era muy útil para hacer la previsión (Joan Carles Fortea. Entrevista 16).

Pero tan importante como recoger la información era darle forma gráfica. En este sentido la labor del espacio *L'Oratge*, y la ayuda del equipo de grafismo de Televisión Valenciana, fueron sustanciales en lo que se refiere a la vertebración visual y simbólica del territorio autonómico. En palabras de Josep Vicent Boira:

Hasta que apareció Canal 9 mi conocimiento de la geografía de este país provenía básicamente de libros o de atlas. La existencia de una televisión que te permitiera observar y explicar las cosas representó un cambio sustancial: concentrar la mirada en una escala que hasta ese momento no existía, la escala valenciana, que ahora vuelve a no existir (Josep Vicent Boira. Entrevista 2).

*L'Oratge* situó en el mapa de la Comunidad Valenciana numerosos pueblos, incluso pedanías, que eran hasta aquel momento desconocidos para buena parte de los ciudadanos de la Comunidad.

Nosotros nombrábamos pueblos que la gente hasta ese momento no conocía de nada. Hace un cuarto de siglo en esta comunidad había mucha gente que no sabía dónde estaba Fredes, ahora todo el mundo lo sabe. En definitiva la meteorología es geografía, y por tanto, implica el conocimiento geográfico: ríos, montañas, sierras. La gente sin querer aprendía geografía (Joan Carles Fortea. Entrevista 16).

El ejemplo de Fredes que menciona Fortea resulta especialmente significativo. Situado en la comarca castellonense del Baix Maestrat, en 2012 contaba apenas con 16 habitantes. Y ni siquiera tiene la condición de pueblo. Es sólo una pedanía de La Pobla de Benifassà. Sin embargo sus temperaturas extremas en invierno y las fuertes nevadas que soporta

hicieron que su presencia fuera referencial en el espacio de *L'Oratge*. Como Fredes, muchos otros municipios y pedanías de la Comunidad cobraron visibilidad gracias a este espacio.

#### 6.2.4. *Valencianizar la información nacional e internacional*

Los informativos de Televisión Valenciana no eran exclusivamente, ya se ha señalado aquí, informativos de proximidad. Se trataba de informativos generalistas, *plenos* —en término acuñado por Anchel (2002)— donde además de las noticias de la Comunidad se daba cumplida cobertura a las noticias nacionales e internacionales aunque se intentara primar lo más próximo. En ese sentido, la *clave autonómica* se tradujo en un tratamiento de la información nacional e internacional que intentaba *valencianizar* las informaciones.

En la redacción de informativos de Canal 9 la sección de nacional tenía asignados entre ocho y diez redactores.<sup>55</sup> Con el material que aportaban EFE, Europa Press, y sobre todo FORTA, se elaboraba la mayor parte de las noticias.

Normalmente, el tratamiento de esos asuntos carecía de un enfoque *valencianizado*, de manera que si la información interesaba especialmente o podía tener aspectos de carácter próximo se intentaba personalizar la cobertura, completar con datos referidos a la Comunidad Valenciana o con testimonios de actores o testigos valencianos. Y por supuesto se elaboraba en valenciano.

En el ámbito de la información internacional los medios eran algo menores pero aun así entre siete y diez redactores formaban parte de la sección. Disponían del material que enviaban las agencias internacionales (Reuters, APTN y Eurovisión) pero se hacía además un esfuerzo de «domesticación de las noticias globales», en término acuñado por Gurevitch (1991), para acercar la información a la realidad de la Comunidad Valenciana.

Valencianizar la información —aclara Matilde Alcaraz— era, en primer lugar, contarla en valenciano. Pero además, cuando se producían noticias de España y del mundo que podían contarse en clave valenciana, se hacía. Cómo: evidentemente si había valencianos afectados, se hablaba con ellos, y si esa noticia tenía repercusión para la Comunidad Valenciana o para algún sector productivo, económico o social valenciano, se hablaba de esas repercusiones (Matilde Alcaraz. Entrevista 19).

---

<sup>55</sup> El número de redactores asignados a cada una de las secciones osciló a lo largo de la vida del medio.

Cuando las informaciones de nacional o internacional suscitaban el suficiente interés para la Comunidad se intentaba cubrir directamente la noticia con los medios propios de Canal 9. Para ello Televisión Valenciana disponía de dos vías. Por una parte contaba con una delegación en Madrid<sup>56</sup> y una corresponsalía en Bruselas, que podían dar cobertura a informaciones del resto de España y del ámbito de la Unión Europea respectivamente. Por otra, podía recurrir a enviar equipos para cubrir noticias en cualquier parte de España o del mundo.

La delegación de Madrid, que contaba con cinco redactores, tenía como función básica dar cobertura a la información nacional que se generaba en la capital de España, sobre todo cubrir la gran cantidad de información que generaban las instituciones. Y hacerlo, en la medida de lo posible, con un enfoque que primara aquellos aspectos que afectaban o interesaban más a la Comunidad Valenciana. Es lo que Moragas (Vacas, Fco. (coord.), 2000) llama «localización de los contenidos».

Desde luego había una clara voluntad de «valencianizar» —recuerda Juli Esteve—. Nunca un medio de comunicación valenciano había tenido una delegación en Madrid. Como mucho habían tenido un corresponsal que aportaba alguna crónica porque aquí la información de España siempre se había hecho a través de agencia (Juli Esteve. Entrevista 18).

Televisión Valenciana contó también durante buena parte de la vida del medio con una corresponsalía en Bruselas. El corresponsal asumía la información que generaba la Unión Europea y permitía personalizar cualquier noticia que surgiera en el ámbito comunitario, pero fundamentalmente cubría la actividad económica, empresarial o política de la Comunidad en las instituciones europeas. «Cada vez que nosotros íbamos a Bruselas —recuerda el presidente de AVA— nos entrevistaba el equipo de Televisión Valenciana» (Entrevista 5).

Además de las corresponsalías, Canal 9 disponía, como se ha apuntado, de otro recurso para la cobertura directa de las informaciones de nacional e internacional. Si la situación lo requería, se enviaba un equipo, compuesto normalmente por un redactor, un cámara y un productor, que podían elaborar crónicas personalizadas y ofrecer conexiones en directo

---

<sup>56</sup> La delegación de RTVV en Madrid compartía sede con el resto de televisiones autonómicas de la FORTA. Eso facilitaba la colaboración entre los distintos medios.

desde el lugar de la noticia. La catástrofe del Prestige, los atentados del 11-M, la guerra del Golfo o la de la antigua Yugoslavia se contaron en directo y en valenciano.

Nunca se habían hecho coberturas internacionales como las que hicimos en aquella época —cuenta Juli Esteve—. Durante la cobertura especial que se hizo en la primera guerra del Golfo teníamos simultáneamente cinco equipos de enviados especiales repartidos por todo el mundo. Aquello era un hecho sin precedentes en la Comunidad (Juli Esteve. Entrevista 18).

Durante 24 años, los valencianos tuvieron la oportunidad de ver en sus televisores a los redactores de la televisión valenciana informándoles desde cualquier punto del mundo y haciéndolo en su propia lengua.

### **6.3. La proximidad en los informativos no diarios**

Televisión Valenciana llegó a tener tres canales en antena simultáneamente, lo que permitió la puesta en marcha de numerosas propuestas en todos los ámbitos de la información, sin las limitaciones técnicas y temáticas a que obliga la agenda en los informativos diarios.

El programa *Dossiers* permitió la cobertura en profundidad de ámbitos como el de la investigación científica. Víctor Reglero, académico de la *International Astronautics Academy*, y diseñador y primer director del Plan Valenciano de Ciencia y Tecnología participó en numerosas ocasiones en entrevistas, debates y programas de análisis sobre diversas materias científicas:

Siempre ha habido un interés muy importante por parte de Canal 9, con entrevistas frecuentes en los informativos diarios y programas informativos semanales como *Dossiers*. [...] Yo estoy especialmente contento con el apoyo que Canal 9 dio a la Universidad de Valencia y al Ministerio de Defensa, al INTA, con el primer satélite español, el *Minisat 01*, que lanzamos en 1997. Yo era entonces presidente del primer Consejo de I+D. Llevaba el primer instrumento diseñado en España, que se había desarrollado aquí en Valencia. Y en aquella ocasión, Canal 9 hizo una cobertura informativa espectacular. Mandó equipos a Madrid y grabó todas las fases del lanzamiento desde el propio INTA, desde el Ministerio de Defensa (Víctor Reglero. Entrevista 13).

Aquel tipo de cobertura hubiera sido imposible para los informativos diarios. Se pudo hacer sólo por la existencia de múltiples programas especializados en áreas informativas concretas, con la Comunidad Valenciana como ámbito de referencia. *Mediambient*, *El Camp*, *Solidaris*, *Temps de Joc* o *Investigació TV* son sólo algunos ejemplos.

Canal 9 —recuerda el presidente de la Asociación Valenciana de Consumidores— nos ofrecía sus espacios todas las semanas, no solamente en los informativos sino también en otro tipo de programas, de tipo magazine, como *Bon Día Comunitat Valenciana*, o incluso programas específicos en materia de consumo. Yo recuerdo PVP, recuerdo otro que era *Investigación TV*, recuerdo varios donde los asuntos de consumo eran los protagonistas. Para nosotros era una ventana abierta a cada uno de los hogares importantísima y esencial (Fernando Móner. Entrevista 7).

Todas las áreas informativas contaban con programas específicos con un denominador común: la proximidad, la Comunidad Valenciana como marco de referencia. *Europa al Día* centraba sus contenidos en la actualidad de las instituciones europeas poniendo el acento en aquellos asuntos que afectaban directa o indirectamente a la Comunidad. *Mediambient*, *Solidaris* o *Corts Valencianes* abordaban las informaciones de Naturaleza, el mundo de la cooperación y la actividad parlamentaria respectivamente, siempre con ese enfoque de proximidad.

#### **6.4. La visibilidad de las fuentes de proximidad en Televisión Valenciana**

En este repaso de lo que fue la información de proximidad en la televisión autonómica valenciana existe otro vector tan importante como los productores y el producto que ofrecían: las fuentes.

A lo largo de un cuarto de siglo de emisiones, Canal 9 consolidó algo que hasta su puesta en marcha había sido inviable. Centrar la referencia en la escala autonómica le permitió dar voz y visibilidad a buen número de fuentes: entidades, instituciones y sectores de proximidad que hasta ese momento habían tenido una presencia en medios sólo testimonial. «La llegada de Canal 9 —recuerda el delegado de AEMET en la Comunidad Valenciana— se notó sobre todo en nuestra repercusión pública. La mayor demanda de información y entrevistas por parte de la Televisión Valenciana hizo que aumentara considerablemente la presencia de la AEMET» (Jorge Tamayo. Entrevista 8).

Hay que recordar que hasta el comienzo de las emisiones de Televisión Valenciana la televisión pública sólo daba información del ámbito autonómico puntualmente. Aitana, ya se ha detallado en este trabajo, contaba con poco tiempo y con pocos medios, y aportaba por ello más un esquema que un relato detallado de la actualidad valenciana, de tal manera que el espacio autonómico y sus fuentes recibían una cobertura escasa.

La puesta en marcha y consolidación de la televisión autonómica modificó ese panorama informativo y supuso necesidades de contenido nuevas que dieron alas a las fuentes de proximidad, sobre todo a aquellas con un marco de referencia autonómico. «Canal 9 —explica Jorge Tamayo— tenía la ventaja de que su entorno de difusión era el entorno de actuación del AEMET, de tal modo que cuando la situación era singular, casi siempre había entrevistas o había posibilidades de difundir nuestra información» (Jorge Tamayo. Entrevista 8).

Esto mismo ocurría con numerosas instituciones, tanto públicas como privadas, que encontraron en el medio autonómico la ventana perfecta para lograr la visibilidad que necesitaban. «Para la Policía Nacional —explica Manuel Castilla, su jefe de prensa— la información que emitía Canal 9 era muy importante. Sobre todo, porque transmitía la labor que desde la policía se estaba realizando y fundamentalmente lo que estaba ocurriendo en la Comunidad Valenciana. [...] En general, se daba mucha cobertura a nuestro trabajo » (Manuel Castilla. Entrevista 10).

Canal 9 no solo actuó como altavoz o amplificador de las fuentes, en algunos casos también contribuyó a dar a conocer las interioridades de actividades de las que, en general, sólo se tenía un conocimiento superficial. Un buen ejemplo es el mundo de los artistas falleros. Sin duda todo el mundo ha visto alguna vez una falla, sin embargo, antes de 1989 era poco conocido el proceso de construcción de estos monumentos. La puesta en marcha de la televisión autonómica contribuyó a difundirlo: «A primeros de marzo —recuerda el Maestro Mayor del Gremio de Artistas Falleros— ya había por aquí turistas españoles y extranjeros visitando los talleres para ver cómo se hacían las fallas. Buena parte de la responsabilidad de eso recae en Canal 9 que hizo mucho para dar a conocer nuestro trabajo» (José Ramón Espuig. Entrevista 9).

También de un modo indirecto Canal 9 contribuyó a la visibilidad de las fuentes. El hecho de que la prioridad de la cadena fuera el ámbito autonómico desde el enfoque de una

televisión generalista arrastró de alguna manera al resto de televisiones generalistas con presencia en la Comunidad Valenciana a mostrar un mayor interés por los aspectos autonómicos. Así Televisión Valenciana sirvió de liebre para el resto de cadenas, de tal modo que las fuentes vieron multiplicada su presencia en televisión. «Canal 9 —explica Pere Borrego respecto a la cobertura de la información fallera— ejercía de tirón para el resto de cadenas generalistas. La información de fallas que daban las demás televisiones giraba alrededor de las coberturas que hacía Televisión Valenciana» (Pere Borrego. Entrevista 11).

La mayor demanda de información de proximidad que supuso la llegada de Televisión Valenciana modificó las rutinas informativas de las fuentes. En primer lugar, les permitió ejercer como fuentes más allá de la actualidad estricta. El requerimiento de noticias por parte de la cadena autonómica se tradujo en un seguimiento permanente de sus actividades. En segundo lugar, las convirtió en divulgadoras en el tratamiento de asuntos atemporales o genéricos relativos a sus ámbitos de cobertura.

Es indudable que la actualidad configura la escaleta de cualquier informativo diario, sin embargo, también es cierto que, como defiende la teoría de la *agenda setting*, son los propios medios quienes elaboran la agenda informativa que va a conformar esa actualidad. En ese sentido, en el ámbito autonómico, Televisión Valenciana era el medio idóneo para dar voz a los diferentes sectores productivos de la Comunidad Valenciana. «Por ejemplo —explica el presidente de AVA—, para el colectivo agrario Canal 9 era el medio ideal para hablar de las importaciones, de las leyes de Bruselas, de la regulación, del presupuesto, del agua, de todo aquello que hiciera falta. Creo que era el lugar idóneo» (Cristóbal Aguado. Entrevista 5).

En la cadena autonómica, el tiempo dedicado a la información de la Comunidad Valenciana —dos terceras partes de cualquier informativo diario, y otros informativos no diarios— permitió colocar la información que ofrecían las fuentes de proximidad en la agenda informativa, lo que amplificó su mensaje. De modo simbiótico, al medio lo proveía de contenidos y a la fuente le servía de altavoz.

Cuando se trata de asuntos de interés social, como es el de las drogas, —explica el presidente del Controla Club— si tú ofreces información de calidad el periodista la utiliza. En ese sentido, nosotros sí hemos sido fuente de información. [...] Nosotros siempre nos hemos entendido directamente con Canal 9 y recuerdo momentos de mucha información.

Desde reportajes en programas de labor social hasta informativos, se acudía a nosotros y nosotros podíamos lanzar un mensaje (Vicente Pizcueta. Entrevista 12).

Ya se ha analizado cómo Canal 9 ofrecía una información vertebrada geográficamente. Si desde el punto de vista de la propia información era sustancial ese enfoque que acercaba al espectador toda la geografía autonómica articulada, desde el punto de vista de las fuentes era además determinante porque permitía que la visibilidad de sus actividades y sus estructuras fuera completa, no limitada a puntos concretos del territorio. Cruz Roja, como otras fuentes, estructura su cobertura comarcilmente, de manera similar a como lo hacía Canal 9, lo que brindó a ésta, como a otras organizaciones, la posibilidad de hacer visible su actividad en cualquier punto del territorio y no sólo en las grandes ciudades. «En cualquier comarca en la que Cruz Roja trabaja —explica Fernando del Rosario— había un corresponsal de Canal 9 de manera que cualquier evento, cualquier problema que nosotros cubríamos, inmediatamente tenía la cobertura de Televisión Valenciana».

Pero además la coincidencia de espacios de referencia entre medio y fuentes permitió dar difusión a las peculiaridades zonales de las diferentes fuentes y sectores productivos. «Antes con Canal 9 —explica Cristóbal Aguado—, se hablaba de todos los temas agrarios en general, se abordaban aspectos agrarios de toda la Comunidad y por tanto todos se sentían escuchados» (Cristóbal Aguado. Entrevista 5).

Por último, en la relación entre las fuentes de proximidad y el emisor autonómico se generó un importante fenómeno de *feedback*. Las fuentes ofrecían una información y Canal 9 se la devolvía elaborada y ampliada lo que generaba una valiosa información de retorno que repercutió positivamente en la eficacia del trabajo de muchas fuentes de proximidad. Un ejemplo lo aporta el jefe de prensa de la Policía Nacional:

Era importante la cobertura para operaciones donde exponíamos efectos intervenidos. [...] Veíamos de manera inmediata que gracias a Canal 9, que emitía las imágenes se había permitido que el propietario reconociera los efectos como suyos. El ciudadano acudía para recuperar dichos efectos y nosotros podíamos imputar ese delito al detenido (Manuel Castilla. Entrevista 10).

Las organizaciones de consumidores también encontraron en Canal 9 una buena vía de acceso a la ciudadanía que a través de la información emitida por la televisión autonómica podía resolver sus dudas. «Cuando se daba alguna situación compleja para los consumidores —recuerda Fernando Móner—, Canal 9 era la vía para llegar a ellos. Y



además los consumidores conocían a través de Canal 9 que podían acudir a nosotros para resolver sus problemas. Para nosotros la televisión autonómica era esencial» (Fernando Móner. Entrevista 7)

La presencia de algunas instituciones en el medio autonómico magnificaba la reacción ciudadana en el entorno de la Comunidad Valenciana. En el ámbito de la ayuda y la cooperación aquella presencia era directamente proporcional —explica el presidente de Cruz Roja— a la eficacia de sus campañas:

En el ámbito de la Comunidad, que Cruz Roja apareciera en Canal 9 era básico. De manera general las emergencias son lo que más imagen y más impacto tiene. La diferencia en la recaudación entre unas emergencias y otras viene marcada directamente por el número de veces que aparecen las imágenes de esa emergencia en televisión. Es directamente proporcional (Fernando del Rosario. Entrevista 6).

El *feedback* a que se aludía, producido entre Televisión Valenciana y las distintas fuentes, podía llegar a adquirir categoría de complementariedad para el trabajo de las propias fuentes. Las informaciones elaboradas por la cadena autonómica venían a completar en ocasiones la propia información de origen.

Nosotros —explica Jorge Tamayo— tenemos nuestros propios sistemas de observación pero como elemento que te sirve para ver lo que ha pasado, las imágenes de Canal 9 nos eran muy útiles y sabíamos que podíamos recurrir a Canal 9 para verlas (Jorge Tamayo. Entrevista 8)

En resumen, durante 24 años las fuentes de proximidad encontraron en la televisión autonómica el soporte informativo idóneo para dar visibilidad a su actividad. La coincidencia de espacios y públicos les daba herramientas para cubrir con más eficiencia las necesidades de su sector. Fuentes y medio generaron sinergias que magnificaron la repercusión pública de un buen número de asociaciones, entidades y colectivos sociales que sin un medio de escala autonómica nunca habrían podido tener la misma presencia social.

## 6.5. Aitana: la televisión estatal en una comunidad con televisión propia

La puesta en marcha de Televisión Valenciana, y con ella del resto de autonómicas de la primera y la segunda generación, provocó durante el final de la década de los 80 y la primera mitad de los noventa una situación de indefinición en torno a cuáles debían ser las funciones de los centros territoriales de Televisión Española. La aparición de los informativos autonómicos suscitó numerosos debates en torno a la sostenibilidad de las delegaciones territoriales. Algunos analistas consideraron que se duplicaban las coberturas y se establecía una competencia entre medios públicos innecesaria. Hubo incluso quienes, apelando a la racionalización del sector público, consideraron que Televisión Española debía inhibirse de sus responsabilidades en lo próximo. En este sentido, el director de informativos de la televisión gallega escribía en 1990:

Se puede argumentar a favor de una concurrencia de temas, la riqueza que produce la variedad, la satisfacción de ciertos sectores de la sociedad al verse atendidos por duplicado, la compensación de que se atienda en el regional lo que no merece atención en el centro regional y viceversa. Pero desde el punto de vista de la racionalización del sector público no parece tan lógica (Arturo Maneiro. Dir. Servicios Informativos TVG en 1990 en (Reig Cruaños, 1990, p. 41).

Otros, como el entonces presidente del Consejo Asesor de Radiotelevisión Española en el País Vasco, consideraron que tanto la cadena estatal como las autonómicas debían prestar su servicio a los ciudadanos, y ellos debían ser quienes decidieran cuál era el producto que se ajustaba a sus necesidades informativas en lo próximo.

Tendrán que repartirse la audiencia —afirmaba Hernández—, pero será cuestión de profesionalidad, rigor y ser más vivo reflejo de la sociedad a la que sirven para que los ciudadanos confíen en ellas y las sintonicen (Pedro Hernández González. Presidente del Consejo Asesor de RTVE en el País Vasco en 1990, en (Reig Cruaños, 1990, p. 26).

Sin embargo, la competencia que los teóricos apuntaron en aquel comienzo de las emisiones de las televisiones autonómicas resultó no darse en el día a día.

Cuando el 9 de octubre de 1989 se ponen en marcha oficialmente las emisiones de Canal 9, la autonómica se incorpora a la parrilla televisiva con un único informativo, emitido a las 21 horas. Pero apenas seis meses después comienza a emitir su edición del mediodía que coincide en su hora de inicio con la primera edición de la desconexión territorial.

Aitana pierde entonces su monopolio audiovisual en el panorama informativo de la Comunidad Valenciana. Pero con una plantilla reducida y un tiempo de emisión escaso, competir con el nuevo proyecto era, más que difícil, absurdo. Como explica Javier Gomar, delegado de TVE en la Comunidad, más allá de la coincidencia horaria en el informativo de mediodía, «no competíamos en los contenidos, porque ellos tenían un prisma informativo que no era el nuestro, que es mucho más generalista» (Javier Gomar. Entrevista 15).

Tras la indefinición inicial, la polémica desapareció y Televisión Española en la Comunidad mantuvo las funciones que le asigna el Estatuto de Radiotelevisión y centró sus esfuerzos en la cobertura de noticias para el Telediario.

En 1990 la plantilla de Aitana la forman 82 personas. Con el tiempo, pese a los anuncios de refuerzo y ampliación de contenidos hechos desde el Consejo Asesor, dicha plantilla mengua. Desaparecen de su parrilla los programas magazines y los espacios sectorializados y sus emisiones regionales se ciñen a la elaboración de un informativo de proximidad con un enfoque mucho menos local, más generalista que el que Canal 9 daba a su información autonómica. La cotidianeidad que llevó a la pantalla la televisión valenciana no cabía en la desconexión de Televisión Española.

De hecho, durante el tiempo en que coexistieron ambos medios, más que competencia se estableció una colaboración de facto que permitió que ambas cadenas compartieran temas en muchas ocasiones. «Con Aitana —explica Granero, productor de Canal 9— nunca hubo un contrato escrito [...] siempre ha habido una cooperación mutua de facto sin intercambio de dinero» (Entrevista 17).

En resumen, tras el inicial desconcierto, el centro territorial de Televisión Española en la Comunidad reenfocó sus funciones y recobró la que fuera su razón de ser inicial: reforzar la programación estatal en el territorio autonómico y dar adecuada cobertura a los asuntos valencianos de interés para el Telediario. La función de promoción de los rasgos propios y el acercamiento al ciudadano de su realidad más próxima, de su día a día, quedó a la cobertura de Televisión Valenciana.



### III

## LA PROXIMIDAD EN LA TELEVISIÓN PÚBLICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2014-2015)

- 7. La prestación del servicio público de proximidad tras el cierre de TVV**
- 8. *L’Informatiu Comunitat Valenciana*: la proximidad en 2014-2015**
- 9. La información de proximidad en Aitana más allá del informativo territorial (2014-2015)**
- 10. La pérdida de visibilidad de las fuentes de proximidad**
- 11. Propuestas para la ampliación del servicio de Aitana y el restablecimiento de una televisión autonómica**



### **CAPÍTULO III. LA PROXIMIDAD EN LA TELEVISIÓN PÚBLICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2014-2015)**

El tercer capítulo entra de lleno en el objeto de análisis de esta tesis y aborda su investigación cuantitativa.

Este capítulo analiza detalladamente la información audiovisual de proximidad que la televisión pública ofrece al ciudadano de la Comunidad Valenciana tras el cierre de la cadena autonómica, profundizando una vez más en los tres vectores de la información, tanto en los medios humanos y técnicos, como en el producto emitido, y en el grado de visibilidad de las fuentes.

El capítulo se estructura en cinco epígrafes. El primero de ellos, epígrafe siete, se ocupa del vector *medios de comunicación*. Detalla los medios humanos y técnicos con que cuenta Aitana para el desempeño de sus funciones y profundiza en las limitaciones con que se enfrenta la delegación de Televisión Española en la Comunidad.

El epígrafe ocho centra su atención en el *producto de proximidad* emitido por los informativos territoriales de Televisión Española en la Comunidad Valenciana. Este apartado expone los resultados del análisis de contenido de dos años de emisión. Se describe con detalle el contenido de la información emitida y se profundiza en el enfoque de proximidad de dicho contenido, con especial atención al uso del valenciano y a la visibilidad plena del territorio autonómico.

El epígrafe nueve continua en el ámbito del producto, pero en este caso, se detalla el producto de proximidad que la delegación de Televisión Española ha emitido durante 2014 y 2015 fuera del espacio estricto del informativo territorial.

El epígrafe diez se dedica a estudiar la pérdida de visibilidad de las fuentes tras el cierre de la cadena autonómica y las consecuencias que dicha pérdida ha supuesto para los diferentes sectores de la sociedad valenciana.

Por último, el epígrafe 11 recoge las diferentes propuestas, tanto periodísticas como legislativas que se han barajado a lo largo de 2014 y 2015 para revertir la situación creada tras el cierre de la cadena pública autonómica, desde la ampliación de las franjas de desconexión de Aitana hasta las leyes para el restablecimiento de una televisión autonómica.



## 7. La prestación del servicio público de proximidad tras el cierre de TVV

### 7. La prestación del servicio público de proximidad tras el cierre de TVV

- 7.1. El peso de una pantalla en negro
- 7.2. Los tiempos de la desconexión territorial de TVE
  - 7.2.1. Las franjas de información
  - 7.2.2. Las franjas de sombra: equipos de guardia
- 7.3. Medios humanos y técnicos
- 7.4. Limitaciones tecnológicas
- 7.5. Provisionalidad de la sede
- 7.6. Las audiencias

### 7.1. El peso de una pantalla en negro

Tras el anuncio del cierre innegociable de la cadena autonómica, hecho el 6 de noviembre de 2013 por el entonces presidente de la Generalitat, Alberto Fabra, el 29 de noviembre se hace efectivo el apagón televisivo. A partir de ese instante, el servicio público de proximidad en el ámbito audiovisual de la Comunidad Valenciana queda exclusivamente en manos de Televisión Española. Sin embargo, como explica el delegado territorial, esa no es la prioridad de Aitana:

[...] nosotros no estamos aquí para sustituir a Canal 9. Ni cuando nació Canal 9 vino a sustituir a Televisión Española. Son cosas diferentes una televisión autonómica y una televisión estatal. Como televisión estatal también tenemos nuestra parte territorial, pero es sólo una parte. Fundamentalmente nuestra prioridad es Madrid. (Javier Gomar en Entrevista 21).

Hay que recordar que Televisión Española en la Comunidad Valenciana, Aitana, se enmarca en la categoría de *televisión ventana* de la que ya se ha hablado en el capítulo

uno de este trabajo. Sin embargo, en las actuales circunstancias, el producto de proximidad que emite es el único con que cuentan el ciudadano y las fuentes de proximidad para suplir la carencia del que emitía la *televisión espejo* cerrada en 2013.

Esto en sí mismo supone una dificultad evidente. Y hay que añadir otra. La desaparición de Televisión Valenciana tras casi un cuarto de siglo de emisiones revierte el panorama de la proximidad a la situación anterior a su puesta en marcha. Sin embargo, 25 años de memoria televisiva hacen imposible que el espectador tenga la misma percepción. Para el ciudadano de la Comunidad Valenciana el panorama de la proximidad tras el cierre de Canal 9 no es el que era antes de 1989. A ese panorama habría que añadir una pantalla en negro. Eso provoca, en palabras de Jordi Pérez Llavador, «un claro déficit, sobre todo aquí porque tenemos un punto de referencia muy claro, lo que hemos sido y ya no somos» (Jordi Pérez Llavador. Entrevista 3).

Canal 9 generó una serie de rutinas informativas en el ciudadano y de dinámicas de trabajo en las fuentes, que difícilmente son reversibles a corto plazo. De este modo, el tipo de proximidad que ahora busca el espectador en *L'Informatiu Comunitat Valenciana* no es el que buscó hasta 1989 en esa desconexión territorial, sino el que ha tenido durante 24 años en la televisión autonómica.

El cierre de la cadena autonómica implica la desaparición repentina de cuatro ediciones diarias de un informativo generalista, pero hecho, como se ha expuesto en este estudio, en clave de proximidad. Más un buen número de programas informativos no diarios sobre gran variedad de temáticas. Más un canal dedicado íntegramente a la información, con boletines cada media hora e informativos específicos. Todo ello, convertido ahora en una pantalla en negro.

El servicio público de proximidad durante 2014 y 2015 se concreta, únicamente, en el relato emitido por Televisión Española en la Comunidad Valenciana. Sus condicionantes y sus limitaciones son por tanto los condicionantes y limitaciones de la información televisiva de proximidad<sup>57</sup> con que cuenta el ciudadano de la Comunidad. La falta de medios humanos y técnicos, la escasez de tiempo de emisión y las limitaciones tecnológicas condicionan el producto de proximidad que emite Aitana, el único con que cuenta el espectador de la Comunidad en 2014 y 2015.

---

<sup>57</sup> Se habla siempre de la proximidad en la escala autonómica o regional, en los términos expuestos por este estudio en el capítulo uno.

## 7.2. Los tiempos de la desconexión territorial de Televisión Española

Las franjas de emisión establecidas para la desconexión territorial son el primero de los condicionantes con que se enfrenta el producto de proximidad emitido por Televisión Española en la Comunidad. *L'Informatiu Comunitat Valenciana* es una ventana a la proximidad abierta sólo durante unos minutos cada día. Por eso, únicamente forma parte del relato la información que tiene cabida en el ajustado tiempo de desconexión. El resto queda en sombra.

### 7.2.1. Las franjas de información

Las desconexiones territoriales de Televisión Española en la Comunidad se redujeron durante los años noventa. Desapareció el magazine *Cita a las dos* y los espacios temáticos. Y los informativos territoriales cambiaron de horario y redujeron su duración.

Durante 2014 y 2015 el producto de proximidad que ofrece Televisión Española en la Comunidad Valenciana se concreta en dos desconexiones informativas, ambas emitidas en la franja horaria del mediodía.

La primera de ellas, la más extensa, abre una ventana autonómica de las 14 a las 14:30 horas. En esa franja se incluye la emisión de la primera edición de *L'Informatiu Comunitat Valenciana*, que tiene una duración de entre 25 y 26 minutos de información, y a continuación un espacio de previsión meteorológica, centrado en el territorio autonómico, con unos dos minutos de duración media.

La segunda edición es mucho más breve. Se trata de un informativo de apenas ocho minutos que ya no recoge previsión meteorológica específica. Se emite a las 16 horas, tras el *Telediario* y aporta, según Javier Gomar, «lo básico de la información de la Comunidad» (Entrevista 15).

En realidad podría decirse que es apenas un boletín informativo. Sin embargo, el delegado de RTVE en la Comunidad Valenciana insiste en que no puede considerarse tal porque no se queda en el resumen de lo dicho en la edición anterior: «es vital el informativo de las cuatro. Ahí entran cosas que no han entrado a las dos» (Gomar en Entrevista 21).

En cualquier caso, las dos franjas informativas son tan breves y se emiten en un horario tan concreto que, en sí mismas, suponen una limitación para el espectador. Los entrevistados para este estudio coinciden en general en afirmar que estos condicionantes de tiempo hacen difícil poder seguirlos.

De hecho, tanto la primera como la segunda edición de la desconexión pueden verse sólo en la franja del mediodía y de lunes a viernes. El resto del tiempo: tardes, fines de semana y días festivos (fiestas de ámbito estatal) no hay desconexión territorial.

### 7.2.2. *Las franjas de sombra: equipos de guardia*

Incluso de lunes a viernes, el horario de las dos desconexiones genera un hueco informativo en la franja vespertina. La redacción de Aitana cubre ese horario con *equipos de guardia*. Según el delegado de Televisión Española en la Comunidad Valenciana, «siempre hay turno de tarde. Un redactor o dos, y un cámara o dos. Y fin de semana exactamente igual. Se cuenta siempre con un equipo de guardia» (Entrevista 21).

Eso permite tan sólo cubrir noticias de alcance o alguna convocatoria muy concreta pero condiciona notablemente dichas coberturas. Las propias fuentes de proximidad son conscientes de que «hay mucha voluntad de estar presentes pero quien tiene una sola cámara, cuando tiene otro evento más importante, pese a la buena voluntad, no puede acudir» (Fernando del Rosario. Entrevista 6).

Cualquier desplazamiento a cierta distancia deja a Aitana sin capacidad de reacción en caso de urgencia, de tal modo que se intenta evitar esta situación. «En 2014 —explica el presidente de Cruz Roja— si el proyecto no se hace en Valencia las televisiones difícilmente van a poder cubrirlo» (Fernando del Rosario. Entrevista 6).

Durante los fines de semana y los festivos nacionales no hay desconexión territorial de modo que el único medio con que cuenta la cadena pública es un equipo de guardia, formado por un cámara y un periodista.

La única información de proximidad que los ciudadanos reciben los fines de semana y días festivos es aquella que se emita en el Telediario. En palabras de Javier Gomar, «si es importante la dará el telediario. Si tiene relevancia a nivel autonómico, verdadera relevancia, va al telediario» (Entrevista 21).

Los entrevistados para este estudio coinciden con Gomar en que las noticias relevantes se emiten en el Telediario. Sin embargo, consideran, en general, que esta cobertura resulta insuficiente: «Hay muchas noticias que desde el punto de vista nacional se descartan porque no tienen suficiente interés o relevancia y no caben, pero a mí me interesan y me son necesarias. A mí la información de proximidad en un mundo global me parece imprescindible» (Joan Carles Fortea. Entrevista 16).

Desde luego, si se produce un suceso o un acontecimiento de relevancia informativa estatal, el Telediario se ocupará de ello, con la cobertura y duración que le permita su escaleta y sus medios. No obstante, ese apunte no cubre *la proximidad* que busca el ciudadano. «La televisión te cuenta el día a día —explica Ferri—. Si los ciudadanos no pueden ver ese hoy, falta algo fundamental» (Andres de Sales Ferri. Entrevista 4)

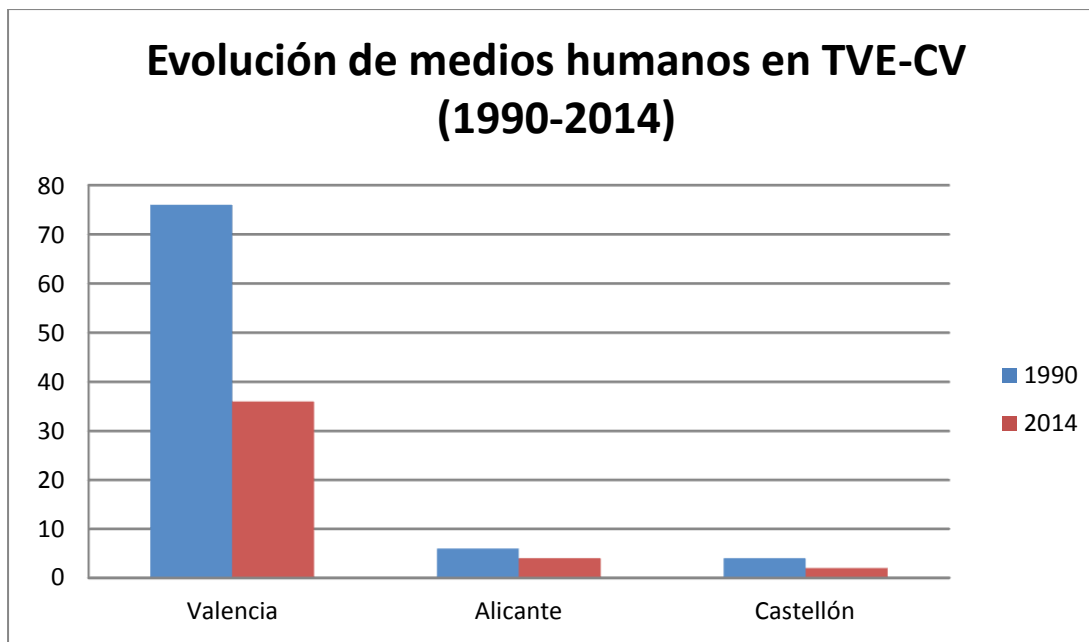
El producto de proximidad emitido por Televisión Española en la Comunidad se concreta en treinta y cuatro minutos de información diarios, de lunes a viernes. Para los entrevistados estos tiempos son claramente insuficientes. En palabras de Vicente Pizcueta: «la desconexión de Televisión Española es voluntarista pero no deja de ser anecdótica, porque no hay medios. No es en absoluto representativa de lo que está ocurriendo» (Vicente Pizcueta. Entrevista 12).

En una semana cualquiera del año en que no haya ningún festivo inter-semanal, la información de proximidad que Televisión Española puede ofrecer a los valencianos no llega a las tres horas; suma un total de 170 minutos de información.

### **7.3. Medios humanos y técnicos**

Del mismo modo que Televisión Española en la Comunidad ha visto reducida la duración de sus franjas de desconexión, también han menguado los medios humanos respecto a la etapa anterior.

Si, como se ha reseñado antes, Aitana contaba en el año 90 con una plantilla de 82 profesionales para elaborar los informativos territoriales, en 2014 esa plantilla la componen 42 personas. La reducción de medios se produce, como muestra el siguiente gráfico, no sólo en Valencia sino también en Alicante y Castellón.



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de las Jornadas sobre el papel de la Televisión Estatal en las Comunidades Autónomas (1990) para 1990 y de la Entrevista 15 realizada para este estudio, para los datos de 2014. A los medios apuntados para 2014 hay que sumar seis técnicos electrónicos que operan una *Terrena* y que no pertenecen a la plantilla de Aitana pero puntualmente la delegación puede hacer uso de ellos si están disponibles.

La limitación de medios repercute de manera directa en la cantidad de noticias que cubre Televisión Española en la Comunidad Valenciana. Asuntos pertinentes que interesan a la delegación y pueden servir al Telediario, quedan en ocasiones fuera de escaleta por la imposibilidad de asumir su cobertura. Las fuentes de proximidad conocen a la perfección las consecuencias de esta escasez de medios.

Por ejemplo, —explica el presidente de Cruz Roja— la crisis del ébola en 2014. Hemos tenido trabajando in situ, en Sierra Leona, a ocho voluntarios valencianos. Pero no ha habido modo de que salieran en los informativos. Televisión Española se mostró muy ilusionada pero no encontró disponibilidad de cámaras. Y estamos hablando entre otros del técnico que montó los dos hospitales que hay en Sierra Leona. Teníamos imágenes grabadas allí, su testimonio era muy humano, y sobre todo muy próximo. Pero no se pudo grabar (Fernando del Rosario. Entrevista 6).

Entre los 42 profesionales que forman la plantilla de Aitana hay un total de siete cámaras que se distribuyen entre Valencia, Castellón y Alicante y 19 periodistas.

La distribución de personal en la desconexión territorial se concreta como muestra la tabla:

CATEGORÍA PROFESIONAL	Nº
<b>Delegado</b>	1
<b>Redactores Valencia</b>	16
<b>Redactores Alicante</b>	2
<b>Redactores Castellón</b>	1
<b>Cámaras Valencia</b>	4
<b>Cámaras Alicante</b>	2
<b>Cámaras Castellón</b>	1
<b>Realizador</b>	1
<b>Ayudantes de Realización</b>	2
<b>Técnico de sonido</b>	1
<b>Operadores de equipos</b>	2
<b>Técnicos electrónicos</b>	3
<b>Personal enlace terrestre*</b>	6
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>

\*El personal del enlace terrestre (en TVE se conoce como *la terrena*) no trabaja directamente para el informativo territorial.  
Fuente: elaboración propia con la información proporcionada por el delegado de TVE en (Anexo 1. Entrevista 15)

Ese listado incluye a los seis profesionales que operan la lanzadera. Sin embargo, el personal de dicho enlace —lo que en TVE se conoce como la *Terrena*— no trabaja en realidad para el informativo territorial. Su función, según explica Javier Gomar, es dar servicio a dos espacios de ámbito estatal: *La Mañana de Televisión Española* y *España Directo*. «Hay *Terrenas* —detalla el director de Aitana— en Madrid, en Galicia, en Cataluña, en Valencia y en Andalucía. Y con eso tenemos que cubrir todo el territorio nacional» (Javier Gomar. Entrevista 21). En concreto, la lanzadera con sede en Valencia ha de cubrir todo el territorio de la Comunidad Valenciana, Castilla-La Mancha y Murcia. Sólo en el caso de que los dos programas para los que está asignada no precisen sus servicios el informativo territorial puede contar con ella. De otro modo, son imposibles las conexiones en directo. O en caso de urgencia, exigirían que Televisión Española contratara los servicios de una productora externa.

A esa plantilla hay que sumar además otros dos departamentos: digitalización y Televisión Española a la Carta, con 8 y 11 empleados respectivamente, pero esos departamentos dependen directamente de la central en Madrid y, según explica el delegado de RTVE, pese a trabajar desde la sede de televisión en la Comunidad Valenciana, no tienen absolutamente nada que ver con el centro territorial.

#### **7.4. Limitaciones tecnológicas**

A unos medios humanos y técnicos limitados y una franja de emisión escueta hay que sumar una coyuntura tecnológica muy especial durante buena parte del periodo de análisis. «Tecnológicamente —reconoce el director de Aitana— esta es una de las delegaciones peor dotadas de España» (Javier Gomar. Entrevista 15).

Hasta abril de 2015 Televisión Española en la Comunidad Valenciana sólo emite en formato analógico. Eso significa que cualquier espectador de la Comunidad que tenga conectada TVE HD a las dos de la tarde no verá comenzar el informativo territorial sino una reposición de *Los desayunos de Televisión Española*.

Durante todo 2014 y casi la mitad de 2015 la desconexión de Televisión Española en la Comunidad Valenciana únicamente puede verse en el canal analógico (TVE). De este modo, sólo quien tiene una voluntad expresa de ver *L'Informatiu Comunitat Valenciana* o quien sigue viendo exclusivamente la señal analógica de TVE puede ver el informativo territorial.

En abril de 2015 esa situación cambia. Aitana, junto con Cataluña y las delegaciones de Andalucía y Extremadura han comenzado a emitir en alta definición. La redacción sigue trabajando en formato analógico pero la señal se emite ya digitalmente. El proceso productivo, por tanto, sigue ralentizado en lo analógico, sin embargo, el obstáculo de la emisión queda resuelto al final del periodo de análisis.

#### **7.5. Provisionalidad de la sede**

La sede de Aitana había permanecido en un bajo de la calle Lebón hasta 1994. Ese año, Jordi García Candau (director general del ente en aquel momento) y Joan Lerma (presidente de la Generalitat) firman un acuerdo por el cual la Generalitat cede el edificio de Hispavisión, en el parque tecnológico de Paterna, para la implantación allí, durante diez años, del Centro territorial de TVE. Tras duras negociaciones esa cesión se prorrogará por otros diez años.



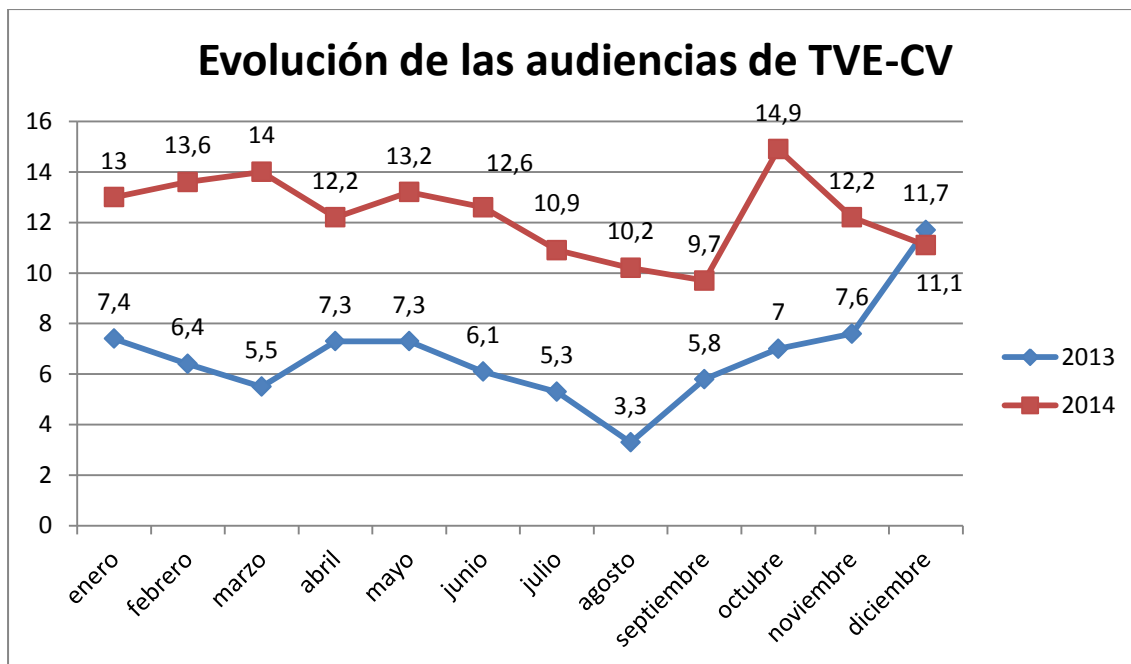
Durante todo 2014 y 2015 la delegación de Televisión Española en la Comunidad ha seguido ubicada en esa misma sede, pese a que el plazo de la cesión realizada por la Generalitat finalizaba a mediados de 2015 (López García, Guillermo (ed.), 2010, p. 202). Esta provisionalidad es otro de los motivos por los que TVE no ha invertido en la digitalización del centro. En tanto no sea definitiva y propia la sede, queda paralizada esta actualización. «Estamos buscando —explica Gomar— una alternativa nueva, porque la sede de Colón, donde está Radio Nacional, es nuestra pero se nos queda pequeña. Cuando tengamos claro el sitio este centro pasará a ser el mejor dotado y el más avanzado tecnológicamente» (Javier Gomar. Entrevista 15).

Pero la provisionalidad no es el único inconveniente que plantea la actual sede. La falta de espacio insuficiente deja nula capacidad de maniobra en caso de necesidades concretas. El mejor ejemplo se produce durante el periodo previo a las elecciones autonómicas. Se planteó desde distintos foros la posibilidad de organizar en Aitana algún debate electoral entre los diferentes candidatos. Sin embargo, las instalaciones de Televisión Española no lo permiten. No existe ningún plató con capacidad para acoger un programa de esas características. En realidad, Aitana cuenta tan solo con el pequeño plató en que a diario se realiza *L'Informatiu Comunitat Valenciana*. Cualquier necesidad que exceda esa capacidad requeriría por parte de Televisión Española, buscar una ubicación ajena y solicitar unos medios técnicos de los que en estos momentos no dispone.

## **7.6. Las audiencias**

Pese a las limitaciones expuestas, el ciudadano de la Comunidad busca la información de proximidad de tal modo que el cierre de Canal 9 ha repercutido directamente en las audiencias de la desconexión de Televisión Española.

El siguiente gráfico muestra una comparativa de las audiencias obtenidas por la primera edición de *L'Informatiu Comunitat Valenciana* durante el año 2013, con la televisión autonómica aún en funcionamiento, y el 2014, sin emisión de Televisión Valenciana.



Cifras expresadas en tantos por ciento.

Fuente: elaboración propia, con datos proporcionados por el delegado de Televisión Española en la Comunidad Valenciana.

Durante todo 2013 las audiencias se mantienen más o menos constantes en torno al siete por ciento, con dos descensos correspondientes a las vacaciones de Semana Santa y los meses de verano. Sin embargo, en diciembre, tras el cierre de RTVV, los índices de audiencia suben cuatro puntos hasta situarse por encima del 11 por ciento.

Ese nivel se ve incluso incrementado durante 2014 en que, curiosamente, el dibujo de la gráfica es muy similar al de 2013 pero se mueve durante todo el año en cifras que prácticamente doblan las anteriores.

Para nosotros —reconoce Javier Gomar— ha supuesto prácticamente duplicar los índices. Y eso no significa, por supuesto, que yo me alegre del cierre, pero en ese río revuelto yo he obtenido ganancia y ha aumentado mi audiencia. El espectador valenciano busca la información de proximidad, no me cabe la menor duda. Pero no es Televisión Española quien le puede ofrecer ese producto porque nuestra especialidad es otra. (Javier Gomar. Entrevista 15)

Desde luego, las audiencias no son el parámetro que más interesa cuando se habla de un servicio público. Sin embargo, en este caso resulta relevante detallarlas porque ponen en evidencia la rápida búsqueda, por parte del espectador de la Comunidad, de un relevo para el relato de proximidad de ámbito autonómico.

## 8. L'Informatiu Comunitat Valenciana: la proximidad en 2014-2015

### 8. *L'Informatiu Comunitat Valenciana: la proximidad en 2014-2015*

#### 8.1. Descripción del relato

##### 8.1.1. La presentación

##### 8.1.2. Los titulares

##### 8.1.3. El desarrollo informativo: formatos

##### 8.1.4. El contenido informativo: áreas temáticas

###### 8.1.4.1. Política

###### 8.1.4.2. Economía

###### 8.1.4.3. Sociedad

###### 8.1.4.4. Sucesos

###### 8.1.4.5. Tribunales

###### 8.1.4.6. Deportes

###### 8.1.4.7. Cultura

#### 8.2. El enfoque de proximidad en los informativos territoriales

##### 8.2.1. La proximidad como valor noticia

##### 8.2.2. Valenciano: medio y mensaje

##### 8.2.3. Las localizaciones: un territorio sin reflejo

###### 8.2.3.1. El mapa autonómico en *L'Informatiu Comunitat Valenciana*

###### 8.2.3.2. Las delegaciones: visibilidad de las provincias

###### 8.2.3.3. El mapa de las comarcas: trabajar sin corresponsalías

La información de proximidad interesa al ciudadano y le es necesaria, como se viene explicando a lo largo de este estudio. Esa necesidad se concreta en todos los ámbitos informativos. Va desde la climatología al estado de las carreteras, la situación en su ciudad o comarca, la actividad política y económica o las propuestas culturales. El ciudadano quiere, necesita saber, qué pasa en su entorno más cercano.

Este capítulo analizará el contenido del producto de proximidad que ofrece Televisión Española. El objetivo es caracterizar dicho relato para comprobar si responde a esa demanda de información.

La fotografía que ese relato hace del día a día de la sociedad valenciana es, durante 2014 y 2015, la única que existe. Pero, ¿cómo es esa fotografía? ¿Qué cuenta de la cotidianeidad de la Comunidad? ¿Muestra realmente el reflejo social que ofrecía la televisión espejo?

Para intentar dar respuesta a estas cuestiones se ha utilizado, junto con las entrevistas, la técnica del análisis de contenido. La muestra suma 105 días de análisis con un total de 1891 piezas analizadas. Para elaborarla se ha escogido un informativo por semana a lo largo de todo el periodo de análisis: 2014-2015.

2014	TOTAL	2015	TOTAL
ENERO 1-9-17-20-28	5 (4)	ENERO 2-5-13-21-29	5
FEBRERO 5-13-21-24	4	FEBRERO 6-9-17-25	4
MARZO 4-12-20-28-31	5	MARZO 5-13-16-24	4
ABRIL 8-16-24	3	ABRIL 1-9-17-20-28	5
MAYO 2-5-13-21-29	5	MAYO 6-14-22-25	4
JUNIO 6-9-17-25	4	JUNIO 2-10-18-26-29	5
JULIO 3-11-14-22-30	5	JULIO 7-15-23-31	4
AGOSTO 7-15-18-26	4 (3)	AGOSTO 3-11-19-27	4
SEPTIEMBRE 3-11-19-22-30	5	SEPTIEMBRE 4-7-15-23	4 (3)
OCTUBRE 8-16-24-27	4	OCTUBRE 1-9-12-20-28	5 (4)
NOVIEMBRE 4-12-20-28	4	NOVIEMBRE 5-13-16-24	4
DICIEMBRE 1-9-17-25	4 (3)	DICIEMBRE 2-10-18-21-29	5
<b>SUBTOTAL</b>	<b>52 (49)</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>53 (51)</b>
<b>TOTAL: 105 (100)</b>			

En color rojo se señalan los cinco días de la muestra en que no se ha emitido informativo.  
Fuente: elaboración propia

Hay que mencionar que en 105 días analizados se incluyen sin embargo sólo 100 ediciones de *L'Informatiu Comunitat Valenciana*. Es así porque, como detalla la siguiente tabla, hay cinco días de la muestra en que no se emitió informativo territorial por ser festivo en toda España.

DÍAS SIN INFORMATIVO EN LA MUESTRA
1 de enero 2014
15 de agosto de 2014
25 de diciembre de 2014
23 de septiembre de 2015 *
12 de octubre de 2015
<small>*En el caso del 23 de septiembre de 2015, no se recoge el análisis porque no figura en los archivos de <i>Televisión Española a la carta</i></small>

Pese a la imposibilidad de analizar un informativo que no se ha emitido, es interesante mantener esos días en la muestra de análisis, porque en sí mismo, el hecho de no recibir información resulta especialmente significativo. Por ello, se decide comenzar la muestra el día 1 de enero de 2014, precisamente para hacer hincapié en esta circunstancia que se repite hasta en cuatro ocasiones a lo largo de la muestra.

En el caso del 15 de agosto de 2014, por ejemplo, al festivo inter-semanal, que en este caso resulta ser viernes, hay que sumar el fin de semana que le sigue. De este modo, durante tres días seguidos, en la Comunidad Valenciana no existe más relato de proximidad que la pincelada que haya podido emitir el informativo nacional, y que se limitaría en todo caso a la información deportiva, algún suceso especialmente llamativo o algún evento político de ámbito estatal desarrollado en la Comunidad Valenciana.

De igual modo este vacío informativo se repite sistemáticamente al llegar el fin de semana. El relato de proximidad, la cotidianeidad, desaparecen hasta el lunes. Incluso, durante 2015, en las dos jornadas electorales que vive la Comunidad Valenciana —una de ellas, recordemos, autonómica y local— los ciudadanos de la Comunidad no cuentan con detalles de los resultados, más allá de los genéricos de las capitales que pueda salpicar el programa especial de ámbito nacional.

Como se avanza en la introducción, la muestra analizada se limita a la primera edición de *L'Informatiu Comunitat Valenciana*. Se ha optado por esta edición, frente a la segunda, porque se considera que su duración, notablemente superior, es la que permite aportar un relato más completo de la proximidad. Es cierto, como argumenta el delegado territorial

de Televisión Española, que la segunda edición, al emitirse dos horas más tarde, permite recoger en ocasiones noticias que no han llegado a tiempo a la primera edición. Sin embargo se trata de casos muy puntuales y la duración de esta segunda edición —ocho minutos— no permite además recoger un relato completo, que incluya todas las áreas informativas. Acostumbra de hecho a centrarse en las informaciones políticas emitidas a las dos que, en algunos casos, eso sí, aparecen más detalladas.

En resumen, los datos que se exponen a continuación se han obtenido tras el análisis del informativo de 105 días laborables, con 100 ediciones de la desconexión territorial y un total de 1891 piezas informativas analizadas. En términos absolutos suman un total de algo menos de 35 horas de contenido informativo.

El presente capítulo describirá en primer lugar el relato que se ofrece, para pasar después a analizar pormenorizadamente los parámetros de proximidad que sustentan el contenido del estudio.

### **8.1. Descripción del relato**

La descripción más superficial del relato de *L'Informatiu Comunitat Valenciana* refleja una escaleta estructurada de un modo clásico, bastante homogéneo a lo largo del periodo de análisis.

A una breve presentación de no más de 30 segundos le siguen los titulares de la jornada —entre tres y cinco— que ocupan alrededor de dos minutos e inmediatamente comienza el desarrollo del relato informativo.

Éste se suele iniciar con un primer bloque que viene a ocupar la mitad del tiempo de información —unos ocho minutos de media—. En él tienen cabida las noticias de política, sociedad, economía, sucesos y tribunales dispuestas obviamente en el orden que la actualidad del día impone. La segunda mitad del informativo se la reparten los deportes, con entre cinco y siete minutos y la cultura, cuyo tiempo, entre dos y tres minutos, oscila según las necesidades de escaleta.

Durante parte del periodo de análisis —fundamentalmente 2015— la escaleta se completa hacia el final del informativo con una repetición de los titulares —exceptuando el de cultura— a modo de balance informativo.

Gráficamente, la escaleta de la desconexión reproduce el esquema de la siguiente ficha, extraída de la muestra de análisis:<sup>58</sup>

<b>FECHA: 7 de julio 2015 (martes)</b>
<b>DURACIÓN: 00:25:38</b>
<b>Presentación: Alerta roja por calor en la Comunidad Valenciana</b>
<b>Sumario 1: Ola de calor</b>
<b>Sumario 2: Previsiones de 80 por ciento de ocupación en julio</b>
<b>Sumario 3: El Levante UD comienza a entrenar</b>
<b>Sumario 4: Exposición de fotografía sobre la playa del Postiguet</b>
<b>1. VTR. Ola de calor en la Comunidad Valenciana (2:14-4:05) TOTAL: 00:01:51</b>
<b>2. VTR. Previsiones de ocupación para el mes de julio (4:06-5:55) TOTAL: 00:01:49</b>
<b>3. VTR. Plaga de mosquitos en Puçol (5:56-8:00) TOTAL: 00:02:04</b>
<b>4. VTR. Importancia de hidratarse contra el calor (8:01-9:34) TOTAL: 00:01:33</b>
<b>5. PAST. Conflicto <i>consellera</i> - <i>Metrovalencia</i> (9:35-10:27) TOTAL: 00:00:52</b>
<b>6. PAST. Aprobada fecha de inicio del curso (10:28-11:28) TOTAL: 00:01:00</b>
<b>7. PTO. Primeras decisiones de les Corts (11:29-12:12) TOTAL: 00:00:43</b>
<b>8. PAST. Declaraciones diputados (12:13-13:48) TOTAL: 00:01:35</b>
<b>9. PTO. Nueva mesa de les Corts (13:49-14:24) TOTAL: 00:00:35</b>
<b>10. PTO. Rus vuelve a delegar su cargo (14:25-15:09) TOTAL: 00:00:44</b>
<b>11. VTR. Nuevos contadores de luz digitales (15:13-17:36) TOTAL: 00:02:23</b>
<b>12. VTR. Comienzan los entrenamientos del Levante UD (17:42-19:21) TOTAL: 00:01:39</b>
<b>13. PTO. Pretemporada del Valencia CF (19:22-20:08) TOTAL: 00:00:46</b>
<b>14. VTR. Crónica del Valencia CF (20:09-21:23) TOTAL: 00:01:14</b>
<b>15. PTO. Fechas de inicio de la liga (21:24-22:08) TOTAL: 00:00:44</b>
<b>TITULARES (22:13-23:33) TOTAL: 00:01:20</b>
<b>16. Exposición de fotografía sobre la playa del Postiguet (23:34-25:38) TOTAL: 00:02:04</b>

Fuente: Elaboración propia. Extraído del material de análisis elaborado para este estudio. Anexo 3

<sup>58</sup> La totalidad de estas fichas se incluye como anexo en soporte digital adjunto.

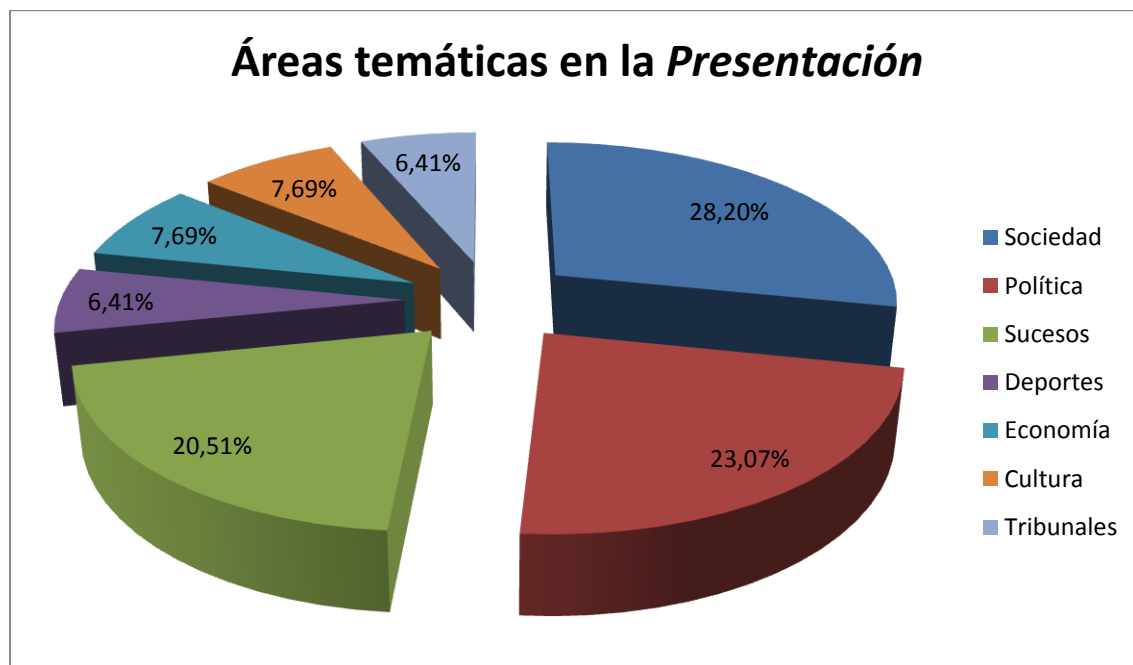
En 2015 se introduce una novedad respecto al año anterior. A punto de cerrar el informativo se retoman de nuevo los titulares de la jornada a modo de recordatorio. Se excluye el titular de cultura porque esta pieza se reserva para el cierre del informativo, tras el repaso de titulares.

### 8.1.1. Presentación

La presentación con que se inicia el relato es en realidad una frase breve, de saludo, que sólo en contadas ocasiones va acompañada de imágenes.

Su contenido avanza en unos casos la noticia del día y en otros es sólo una breve referencia meteorológica que, sin embargo, luego no tiene réplica en los contenidos del informativo. Se limita a avanzar el espacio *El Tiempo Comunidad Valenciana* que se emitirá a continuación.

Porcentualmente, son los asuntos de sociedad, política y sucesos los que tienen mayor presencia en dicha presentación:



Fuente: elaboración propia.

De un total de 78 asuntos presentes en la *Presentación*, 22 (el 28,20 por ciento) pertenecen al área de sociedad; 18 (el 23,07 por ciento) son de política y 16 son sucesos



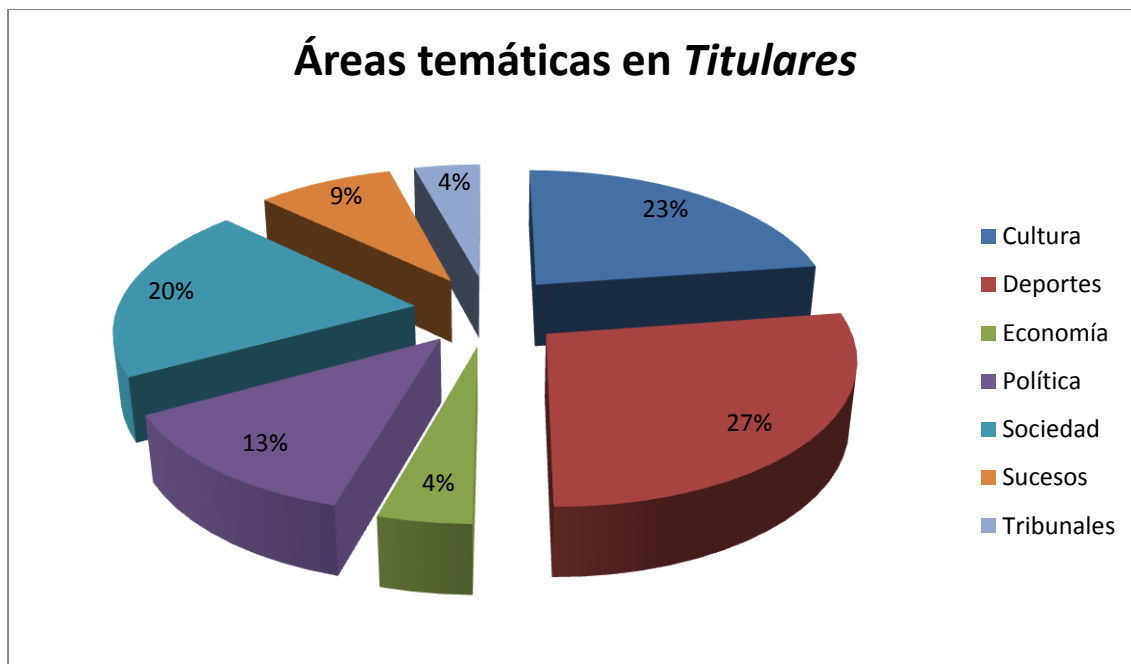
(20,51 por ciento); economía, con seis noticias, está presente en un 7,69 por ciento y cultura cuenta con otro 7,69 por ciento. Las áreas con menor presencia en la *Presentación* son las de tribunales y, curiosamente, deportes, que sólo aparecen en cinco informativos de la muestra. Ocupan, pues, sólo un 6,41 por ciento cada una.

Llama la atención la distribución por áreas temáticas porque, como se verá más adelante, difiere notablemente de la que tiene la estructura del informativo. Las áreas a que corresponden los asuntos del día no son en realidad las que reciben mayor cobertura en el relato.

### 8.1.2. *Los Titulares*

Los titulares de la jornada son sumarios que introducen las noticias más destacadas del informativo apoyadas por imágenes. A diferencia de la *presentación*, los sumarios sí acostumbran a reproducir la estructura del relato que vendrá después. De tal manera que se reservan el primero o los dos primeros titulares para los asuntos relativos a política, sociedad, economía, tribunales o sucesos, según lo que marque la actualidad de la jornada y los dos últimos son sistemáticamente para deportes y cultura.

Es cierto que no siempre hay el mismo número de sumarios y en algunas ocasiones esta distribución no coincide. Pero dichos casos son la excepción. La norma general, a lo largo de los dos años analizados, recoge el criterio expuesto. Y eso se traduce en una presencia notablemente superior de las áreas de deportes y cultura en los Titulares de *L'Informatiu Comunitat Valenciana*.



Fuente: Elaboración propia

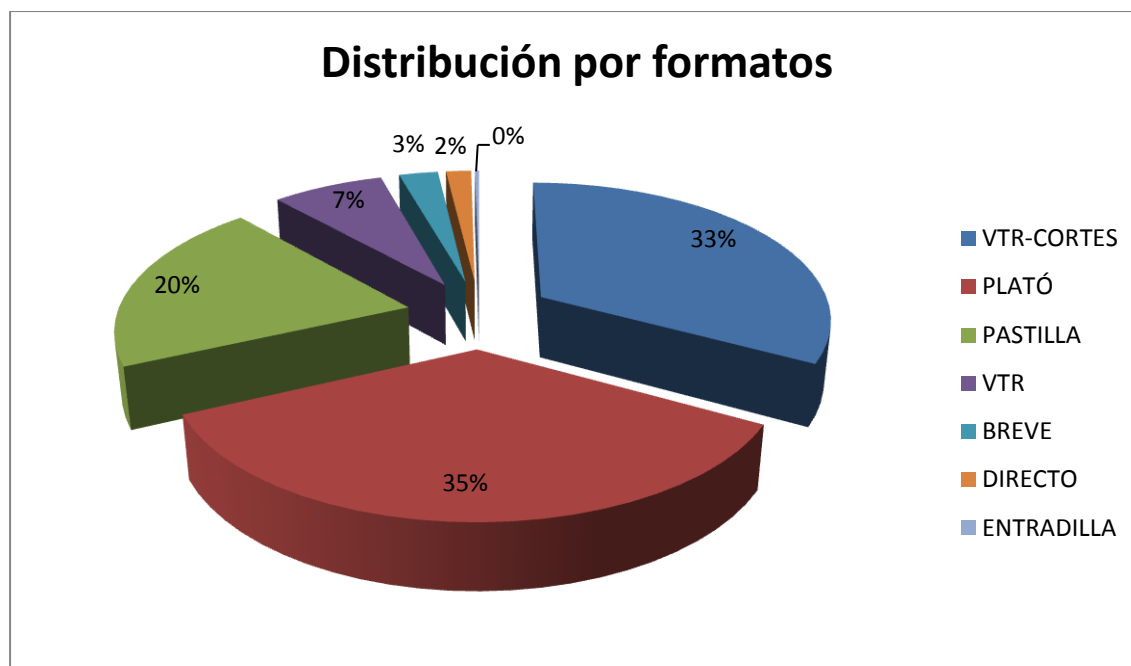
Sólo el área de sociedad, con un 20 por ciento de asuntos en sumario, se acerca al 23 por ciento de las materias de cultura o el 27 de deportes. El resto de áreas quedan muy por debajo de esa cifra. Un 13 por ciento es para el área de política, un nueve por ciento de los sumarios son sucesos y sólo un cuatro por ciento son asuntos de tribunales o economía.

Se trata de una distribución constante. En general, no existen variaciones notables en la distribución temática de los sumarios en 2014 y 2015. Aunque, obviamente, se deja notar el efecto de las dos convocatorias electorales en la mayor presencia de los asuntos políticos como noticia de sumario durante 2015.

### 8.1.3. El desarrollo informativo: formatos

Antes de entrar en el análisis del contenido que ofrece la desconexión de Televisión Española, se repasarán brevemente los formatos utilizados para la elaboración de las noticias.

Resulta pertinente este parámetro porque el tipo de formato escogido dice mucho de la manera de trabajar de una redacción y de los medios y el tiempo con que cuentan. Además, al mismo tiempo, establece una cierta jerarquía informativa. Básicamente, esta es la distribución porcentual de los diferentes tipos de formatos en el relato de la desconexión territorial:



Fuente: elaboración propia

Las 1891 piezas informativas recogidas en la muestra de análisis se distribuyen en siete formatos diferentes. El más abundante, en contra de lo habitual en televisión, es el *plató*<sup>59</sup> que constituye un 35 por ciento de las piezas de la muestra. Le sigue de cerca el *vídeo con cortes*, que supone un 33 por ciento. Y ya a más distancia las *pastillas* —declaraciones o totales— que suponen el 20 por ciento del contenido informativo. Los *vídeos sin cortes de voz* suman sólo el siete por ciento. Sin embargo, a este porcentaje hay que añadirle otro tres por ciento de *breves*<sup>60</sup>. Y aún con menos presencia figuran las *conexiones en directo* que sólo suponen el dos por ciento de las piezas analizadas. Las *entradillas*, menos del uno por ciento, recogen en este caso referencias de última hora que el presentador apunta pero que no tienen más correlato en la narración informativa.

Habitualmente, el formato más frecuente en los informativos de televisión es el vídeo con cortes de voz. Permite desarrollar las informaciones de la manera más completa, con cobertura de imágenes, un texto en *off* y las declaraciones de los protagonistas o expertos. Sin embargo, en este caso llama la atención un notable predominio del *plató*, muy por encima del vídeo con cortes y del resto de formatos.

<sup>59</sup> El manual de codificación, incluido como Anexo 2 de este trabajo explica en qué consiste cada uno de los formatos utilizados en los informativos de televisión.

<sup>60</sup> Los *breves* son vídeos de muy corta duración (entre veinte y treinta segundos) que se emiten en bloques de entre dos y cuatro y van precedidos de una *entradilla* conjunta.

El plató, también llamado *colas*, es un montaje de imágenes sin voz en *off*, que después locuta en directo el conductor del informativo. Se considera un formato menor porque acostumbra a ser mucho más breve que un vídeo y no incluye declaraciones. Tiene unos treinta segundos de duración media y aporta por ello menos detalle informativo que el vídeo. Es habitual seguirlo de alguna pastilla que dote a la información de los testimonios que le faltan al plató, y complete así la cobertura del asunto de que se trate. Sin embargo en este caso la presencia de pastillas (381) es ostensiblemente inferior a la de platós (667) de manera que esta estructura de plató-pastilla se da aproximadamente en la mitad de los casos.

Hay cuatro razones para optar por la elaboración de una noticia como plató y no como vídeo. La primera obviamente es la consideración de que se trata de una noticia de poca envergadura, que no requiere más allá de treinta segundos para dejar constancia de ella pero sin abundar. Esta es la razón de contenido básica por la que una noticia es sólo una cola.

Pero hay otras tres, que tienen en realidad mucho menos que ver con la envergadura de la información que con cuestiones logísticas ajenas al asunto tratado. Una es la falta de tiempo para la elaboración de la pieza. Cuando el hecho noticioso se produce con muy poco margen de tiempo respecto a la hora de emisión del informativo o se da en un lugar alejado de las delegaciones se opta por montar un plató. Este formato es un recurso importante en estas circunstancias porque los desplazamientos para la cobertura de determinadas noticias suponen un importante consumo de tiempo. La redacción de un plató es breve y al no requerir inserción de *off* ni intercalado de cortes de voz, su edición, aun cuando sea en formato analógico, resulta mucho más rápida que la de un vídeo. Eso lo convierte en un recurso importante. La segunda razón logística es la falta de espacio en el informativo. Hay ocasiones en que la jornada ha dado mucho de sí informativamente y resulta complicado encajar todos los asuntos del día en una estructura de duración fija. En el caso que ocupa a este capítulo, *L'Informatiu Comunitat Valenciana* cuenta con una media de 25 minutos de duración. No es demasiado si se tiene en cuenta que es el único relato de proximidad de que dispondrán los ciudadanos a lo largo del día. El uso de platós permite a Televisión Española contar aunque muy brevemente, asuntos que de otro modo quedarían sin cobertura.

El tercer motivo logístico, y en este caso, muy importante, es la escasez de medios humanos y técnicos para dar una cobertura más completa a los argumentos informativos. Tratar de encajar la cobertura de toda la agenda del día con 19 redactores y siete cámaras exige que cada equipo asuma la preparación de varios asuntos y por tanto, el plató es un recurso que hace viable dicha preparación. «Evidentemente —reconoce el delegado de RTVE-CV— dispongo de la posibilidad de contratar productora, un operador con cámara, porque con cuatro cámaras<sup>61</sup> no llego» (Javier Gomar. Entrevista 15).

Aun así, este es obviamente un recurso de urgencia que se utiliza sólo cuando es estrictamente imprescindible. Asignar platós a las distintas informaciones del día permite que cada operador de cámara pueda asumir la grabación de varios asuntos.

El resto de formatos se utilizan en la medida en que acostumbran a utilizarse en cualquier cadena. Hay una única excepción que resulta importante subrayar: el uso casi nulo de las conexiones en directo.

En cien informativos analizados sólo se han realizado 31 conexiones en directo. La razón es más que evidente: *L'informatiu Comunitat Valenciana* no dispone de medios técnicos propios para realizarlas. Para ello depende de los medios que Televisión Española tiene en la Comunidad Valenciana para programas e informativos de ámbito estatal. Como se explica en el epígrafe anterior, Aitana no cuenta con lanzadera propia. «Si la Terrena está ocupada —explica Gomar— yo no tengo opción de hacer directo en la desconexión. En ese caso ya depende de las decisiones de Madrid» (Javier Gomar. Entrevista 15). Esa limitación condiciona notablemente la cobertura de las noticias en el informativo territorial.

Las conexiones en directo tienen hoy en día un triple valor informativo. Por un lado ayudan a destacar la importancia del asunto de que tratan, dotan de envergadura a la información y le aportan empaque. Por otro, aportan la inmediatez del *aquí y ahora*. Permiten ofrecer información de última hora *in situ* y por tanto, dan cabida en el informativo a asuntos relevantes que por el momento en que se desarrollan no podrían incluirse de otro modo en la escaleta. Por último, agilizan el ritmo del informativo y

---

<sup>61</sup> Cuando habla de cuatro cámaras, el delegado de RTVE-CV se refiere al personal con que cuenta en la sede de Valencia. A estos hay que añadir en el cómputo global dos cámaras en Alicante y uno más en Castellón.

refrescan el relato. Le aportan una viveza que es difícil de lograr con otro tipo de formatos.

Es por todo esto que resulta especialmente llamativa la escasez de este formato en *L'Informatiu Comunitat Valenciana*, en un momento en que las conexiones en directo se han abaratado considerablemente gracias a las mejoras tecnológicas. Además las conexiones en directo se ajustan a la perfección al giro formal que han experimentado los noticiarios de televisión.

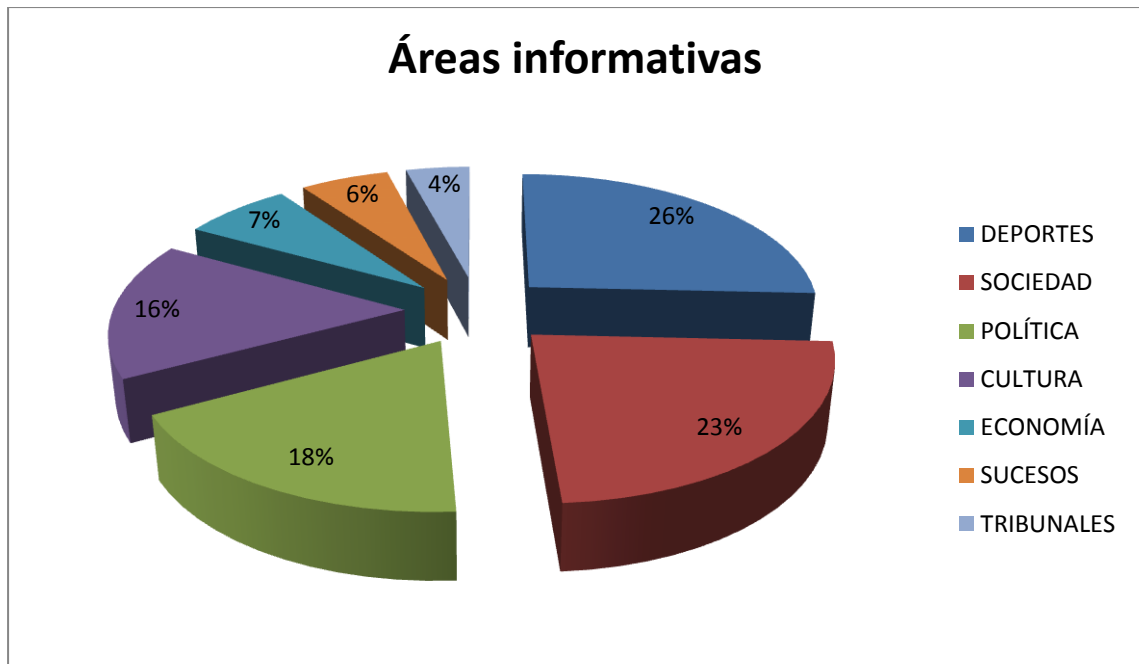
Muchas veces —comenta Matilde Alcaraz— se cuestiona esta tendencia y se acusa a los informativos de ser información espectáculo, pero yo creo que sí hacen ese papel de aproximarse al espectador. [...] El hecho de estar allí, en el lugar donde se ha producido la noticia y en el momento más aproximado, marca la diferencia (Matilde Alcaraz. Entrevista 19).

El despliegue que implica una conexión en directo como la proximidad que aporta a la información, son inviábiles en la desconexión de Televisión Española. Faltan medios y falta tiempo de informativo para descender a ese detalle. La ausencia de directos por tanto redundan en el producto final que resulta algo más esclerótico, más rígido y anticuado que el resto de propuestas.

#### *8.1.4. El contenido informativo: áreas temáticas*

Desde luego, todas las áreas temáticas están recogidas en el relato informativo de *L'Informatiu Comunitat Valenciana* pero su distribución en la escaleta, el tiempo que se dedica a cada una de ellas, es sustancial para conocer la radiografía de la Comunidad que se ofrece al ciudadano desde la desconexión territorial.

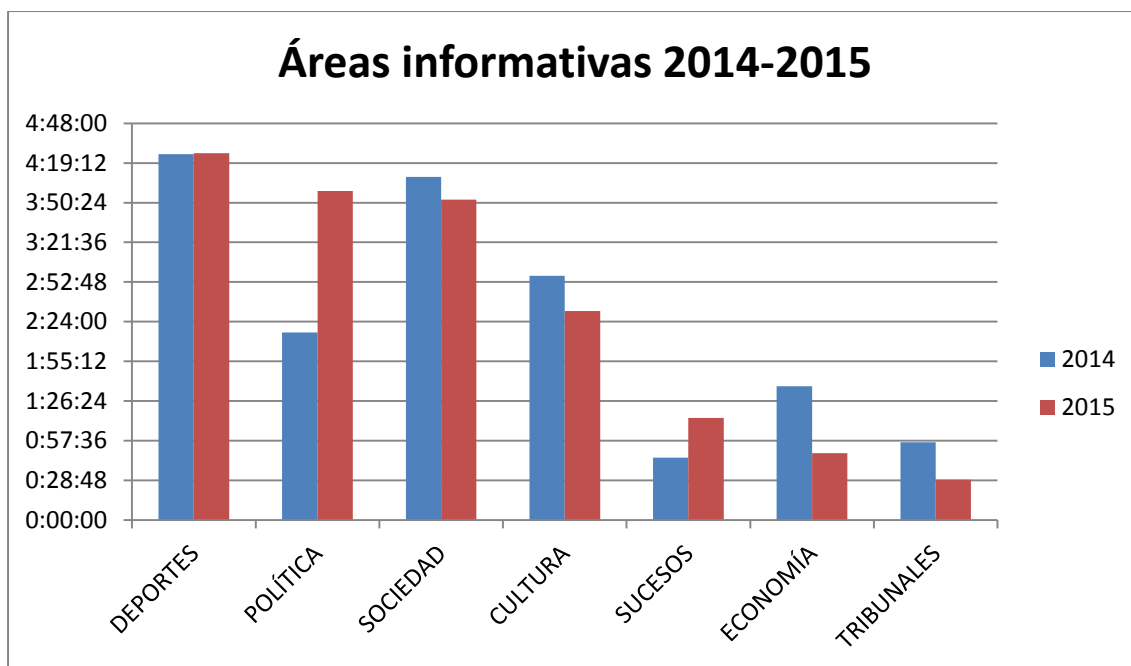
Gráficamente, ésta es la distribución:



Fuente: elaboración propia

Como ocurre con el contenido de los sumarios antes mencionado, los deportes acaparan más de un cuarto del tiempo del informativo, en concreto un 26 por ciento. Sólo la miscelánea de sociedad, con un 23 por ciento, se le acerca. La política recoge el 18 por ciento del tiempo de información y el área de cultura, que sistemáticamente cierra el informativo, se lleva otro 16 por ciento. La economía, los sucesos y los tribunales tienen una cobertura residual, si comparamos con el resto de ámbitos informativos.

No obstante, es necesario distinguir entre los dos años del periodo, porque, pese a que en general la estructura y distribución son bastante homogéneas, existen ciertas oscilaciones que condicionan el resultado final.



Fuente: elaboración propia.

El gráfico comparativo arroja básicamente un único incremento significativo: el de la información política, que crece hasta casi duplicarse durante 2015. Las dos convocatorias electorales de este año explican más que sobradamente esta diferencia que, eso sí, repercute en el tiempo asignado al resto de áreas. Exceptuando los deportes, que mantienen una cobertura estable, y los sucesos, que ven incrementada su presencia —aunque ésta sigue siendo residual—, el resto de áreas informativas pierden tiempo de cobertura en favor de la política.

Con un tiempo de información tan ajustado, cualquier acontecimiento de relevancia tiene una repercusión directa y negativa en la cobertura del resto de informaciones. Si el tiempo y los recursos humanos se dedican a la información electoral, lógicamente quedan otros asuntos sin cubrir.

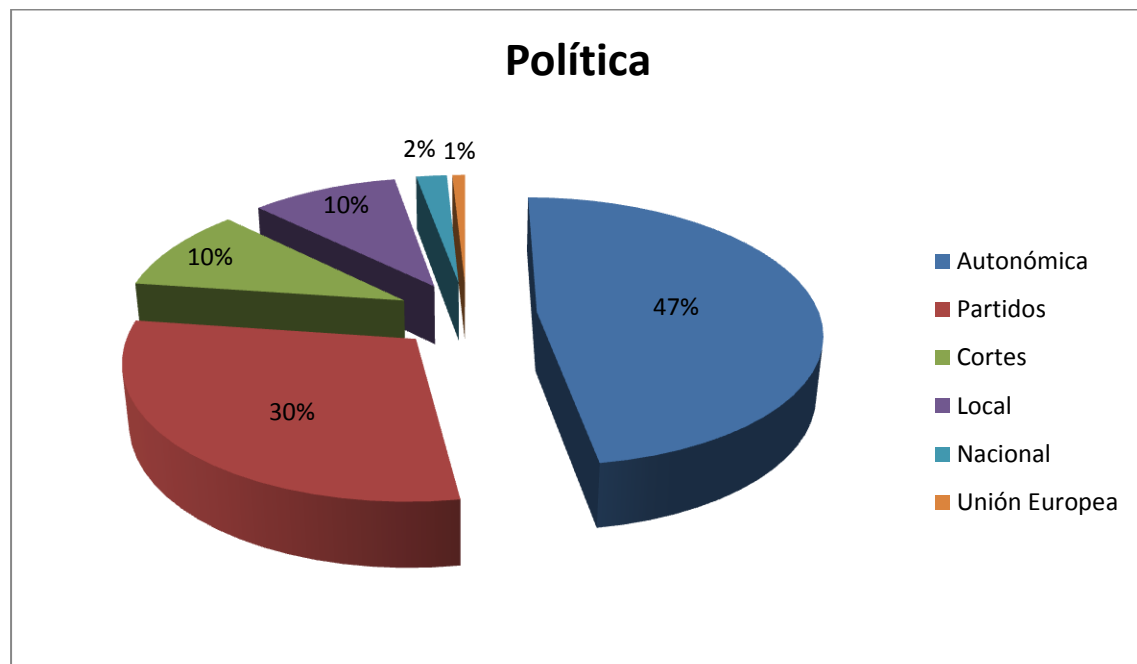
En resumen, a grandes rasgos la proporción de información de las diferentes áreas se mantiene bastante estable —excepción hecha, por razones ya vistas, de la información política—. Sin embargo, mostrar una foto fija del relato exige profundizar más, área por área, para entender de qué asuntos se habla cuando se habla de deportes, de cultura o de sociedad, por ejemplo.



#### 8.1.4.1. Política

El área política recoge de media el 18 por ciento del relato informativo. Sin embargo, en valores absolutos no parece ser demasiado si se tiene en cuenta que el periodo de estudio incluye un año con dos citas electorales: elecciones municipales y autonómicas en el mes de mayo y generales en diciembre.

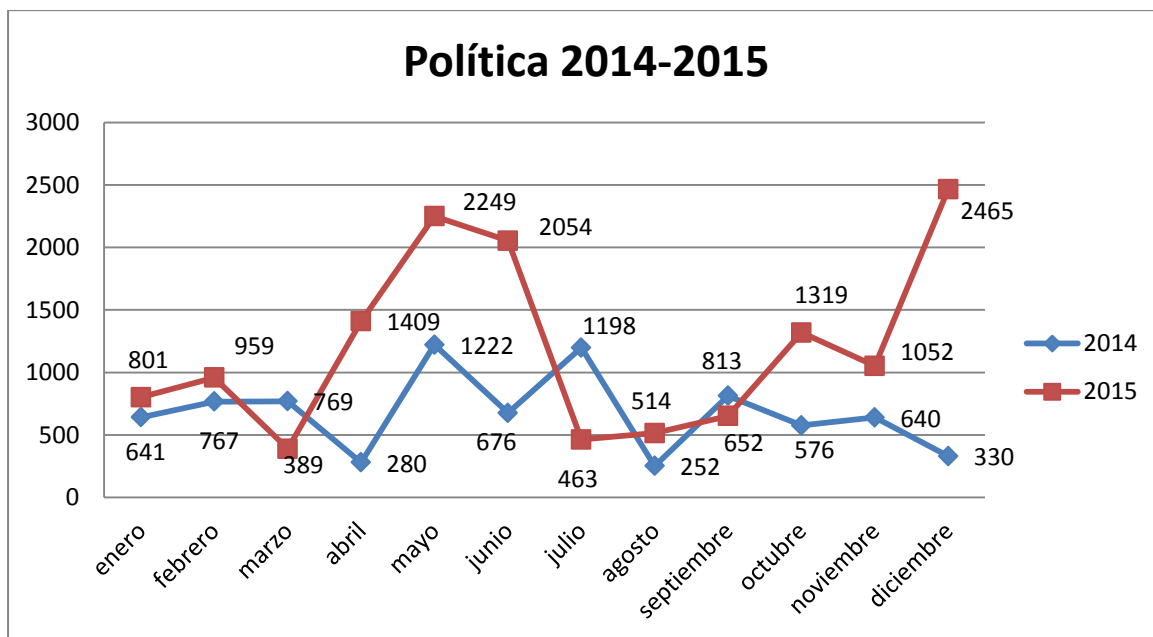
La muestra de análisis revela la presencia de diversos ámbitos de cobertura englobados dentro del área de política. La política autonómica, y en concreto la actividad de las Cortes Valencianas, la política nacional, la internacional y la actividad de los diferentes partidos políticos están presentes en mayor o menor medida en los informativos analizados. Su distribución porcentual en el cómputo global del periodo analizado es la siguiente:



Fuente: elaboración propia.

Como muestra el gráfico, la información política que ofrece *L'Informatiu Comunitat Valenciana* es, fundamentalmente, política autonómica. Si a la definida como tal, un 47 por ciento, se le suma la actividad de las Cortes Valencianas, otro diez por ciento, la resultante supone más de la mitad de la información política emitida. A ésta además habría que sumar los diversos actos de partido reseñados por el relato informativo, que son mayoritariamente de ámbito autonómico. En total, la escala autonómica se lleva más del 80 por ciento de la información política emitida.

La atención a la política local es residual. Supone apenas un diez por ciento de la información emitida en esta área y se refiere sólo a Valencia, Alicante y, curiosamente, Novelda<sup>62</sup>. En resumen, el informativo no contempla en absoluto el seguimiento de la política local, del mismo modo que no lo hace con los ámbitos nacional e internacional, que sólo aparecen en escaleta cuando el hecho noticioso se desarrolla en la Comunidad Valenciana<sup>63</sup>. De hecho, sólo 46 minutos, de las seis horas y 16 minutos de información política analizada, corresponden a estos tres asuntos (local, nacional e internacional). Entre los tres suman sólo el 12 por ciento de la información política. El área de política es la que sufre una mayor oscilación a lo largo del periodo de estudio, básicamente como consecuencia de la celebración durante 2015 de las dos convocatorias electorales. La gráfica siguiente describe un año 2014 de cobertura constante, no demasiado intensa y sin oscilaciones mensuales destacables. En 2015 sin embargo, la gráfica de cobertura se mantiene en general bastante por encima de los niveles de 2014 pero frente a la estabilidad del año anterior, experimenta oscilaciones importantes:



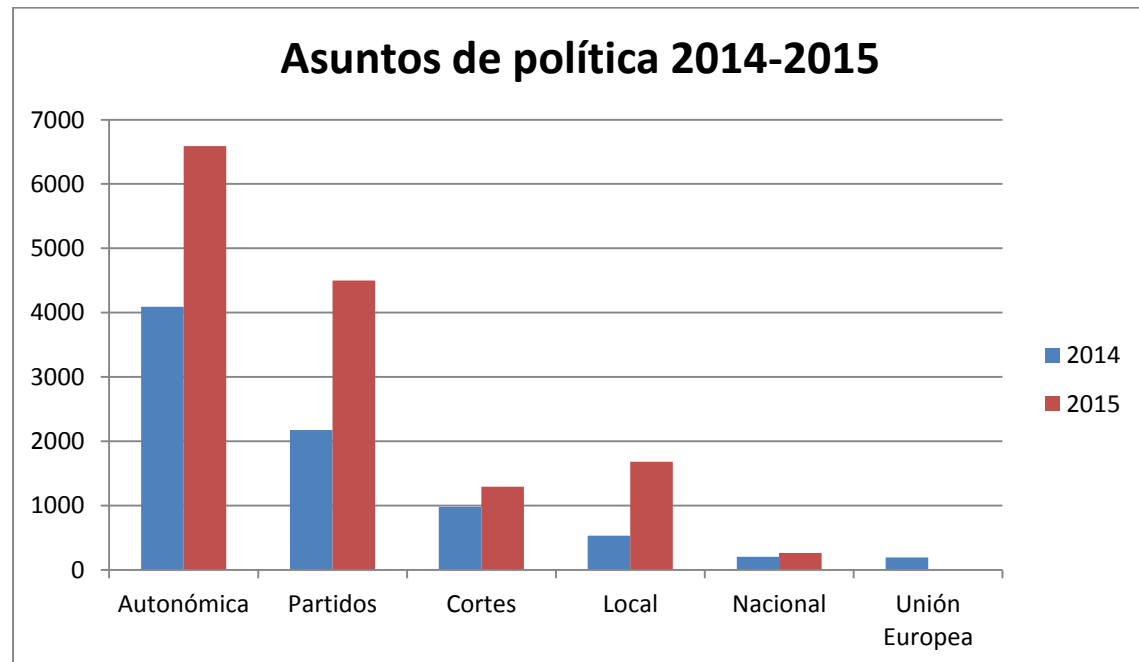
Fuente: elaboración propia.

Un análisis pormenorizado demuestra que más allá del incremento de cobertura lógico durante un año electoral, el tipo de asuntos tratados se mantiene en general constante a lo

<sup>62</sup> La referencia a Novelda tiene que ver con el conflicto político generado por la ex *consellera* y ex alcaldesa de Novelda, Milagrosa Martínez, que se negó a dimitir tras ser imputada por corrupción y expulsada de su partido.

<sup>63</sup> Puntualmente se emiten piezas de política nacional cuando incluyen alguna declaración o alguna imagen tomada por la delegación de la Comunidad Valenciana por petición del Telediario. Pero en esas ocasiones su inclusión en la desconexión obedece más al intento de aprovechar al máximo el material grabado que a un interés propio de la delegación.

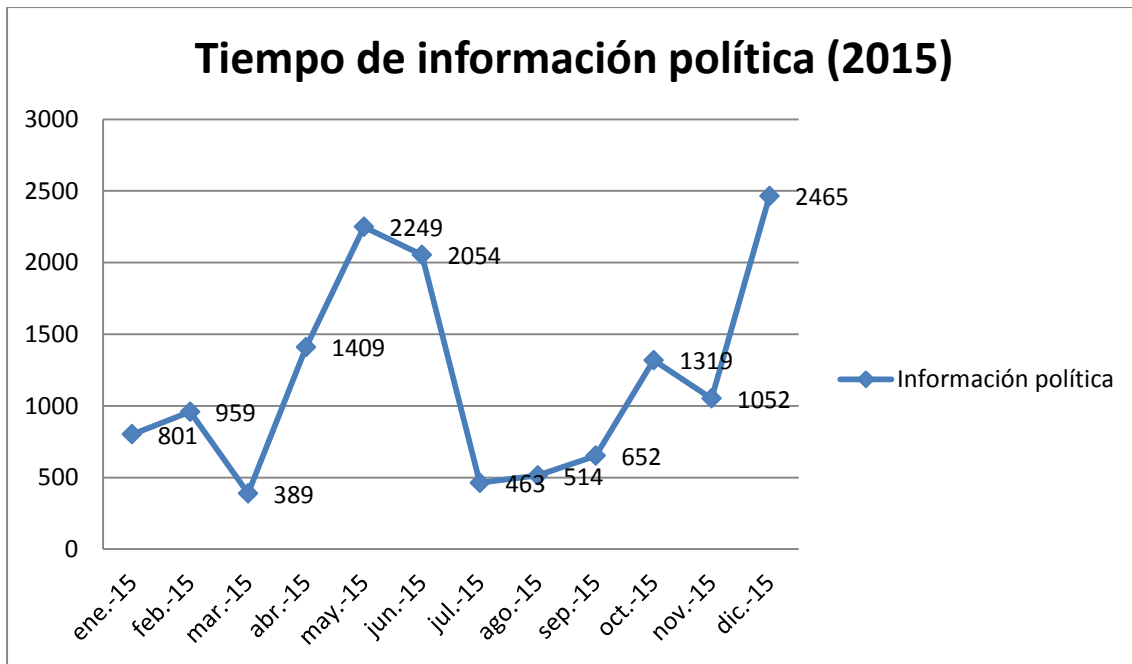
largo de estos dos años. El incremento de tiempo de cobertura durante 2015 se nota fundamentalmente en la información de partidos, que recoge el seguimiento de la campaña electoral y en consecuencia dobla el tiempo emitido en 2014. Se incrementan igualmente las noticias de política autonómica que incluyen entre otros asuntos el fin de la legislatura, las negociaciones para formar nuevo *Consell* y el inicio del nuevo mandato. Por último la política local, pese a seguir teniendo una cobertura residual, dobla su presencia.



Fuente: elaboración propia.

No obstante, no se trata de un aumento generalizado de la dedicación a la información política. Buena parte del incremento que muestra el gráfico anterior en los ámbitos autonómico, local y de partidos se concentra en torno a las citas electorales de mayo y diciembre.

La curva gráfica de la información política durante 2015 muestra claramente dos picos de incremento informativo en torno a las dos citas electorales. El resto del año el nivel de cobertura en el ámbito de lo político cae exponencialmente.



Tiempo de información política recogido en segundos. Fuente: elaboración propia.

Pese a que el ámbito de cobertura es básicamente autonómico, resulta especialmente significativo que sean las elecciones generales, por encima de las autonómicas, las que concentren el mayor nivel de cobertura.

Es paradójico pero no es casual, ya que obedece a la prioridad de la delegación de TVE en la Comunidad Valenciana que, como recuerda el director de Aitana, es «atender las necesidades de los informativos de Madrid de lunes a domingo». En este caso, esa atención se traduce en cubrir la campaña electoral de los candidatos autonómicos y nacionales en el territorio de la Comunidad. Es la Junta Electoral Central quien asigna los tiempos dedicados a cada formación política y marca por tanto cuál debe ser el nivel de dicha cobertura.

Sobre la información de campaña —recuerda Gomar—, hemos de ceñirnos al mandato de la Junta Electoral. Como en Canal 9 o en cualquier otro medio público, los tiempos están marcados. Aun así, para la información de campaña se hace necesario abrir desconexiones al margen de las normales porque de otro modo no tenemos tiempo material para emitir los espacios electorales. Estamos muy limitados (Javier Gomar. Entrevista 15).

De hecho, durante los días previos a las dos citas electorales, Televisión Española en la Comunidad Valenciana programa, ampliando su franja de emisión, entrevistas con los candidatos de las principales fuerzas políticas —de ello se hablará con más detalle en el epígrafe nueve—.

Sin embargo, esa programación especial no se extiende al día de las elecciones en ninguna de las dos citas. El 24 de mayo y el 20 de diciembre, jornadas electorales, Televisión Española no emite informativo territorial, porque es domingo, y tampoco un programa especial en el ámbito de la Comunidad Valenciana.

Nosotros no podemos hacer un programa específico —reconoce Gomar—. Hoy, por suerte, la velocidad de obtención de resultados es muy rápida, de manera que en el programa nacional el ciudadano de la Comunidad puede ver resultados en cada provincia. Evidentemente, lo que no podemos abarcar son los datos locales o comarcales (Javier Gomar. Entrevista 15).

Los especiales electorales de la televisión autonómica, se ha visto con detalle en el epígrafe seis, tenían una clara connotación vertebradora —aquello que se ha venido en llamar en este estudio, *cobertura con eje geográfico*— que obviamente no puede darse si la escasa información autonómica aportada queda difuminada en un programa de ámbito nacional.

En ambas convocatorias son las diferentes ediciones del Telediario y el programa especial de elecciones emitido esa noche por Televisión Española las únicas fuentes que se ofrecen a los ciudadanos desde la televisión pública para conocer datos de la jornada y resultados. No obstante, esos datos sólo tratan la escala autonómica de modo muy residual y genérico y no bajan en absoluto al nivel de lo local.

En primer lugar —explica Pérez Llavador—, supone una pérdida de información obvia. Porque yo creo que sí nos interesa saber qué ha pasado en cada municipio. Y en segundo lugar, y esto me parece más grave, perdemos una auto comprensión. Porque ya no vamos a ver esos resultados, ya no vamos a ver lo que estamos votando nosotros y los que son como nosotros, desde el punto de vista de la sociedad (no diferenciada de España, sino de una sociedad administrativa que tiene unas ciertas señas de identidad). Eso significa que esa cultura pueda convertirse en información y por tanto en conocimiento. Se pierde la autocomprensión precisamente porque no está, de manera que nosotros dejamos de contemplarnos a nosotros mismos. Y si no se potencia esa auto comprensión pasas ante el espejo y ya no te miras. Y ahora, en las elecciones autonómicas, es muy grave. Son las primeras elecciones autonómicas (desde que tenemos recuerdo) sin una televisión que, efectivamente, informe de los distintos resultados que van apareciendo en los distintos municipios de la Comunidad. Seguramente es una de las noches en que la ciudadanía eche de menos Canal 9 (Jordi Pérez Llavador. Entrevista 3).

Para disponer de esa información de proximidad los ciudadanos de la Comunidad tendrán que esperar a *L'Informatiu Comunitat Valenciana* del lunes siguiente. En ambas convocatorias, buena parte del relato se dedica ese día a dar cuenta de los resultados en la Comunidad, aunque en 25 minutos de desconexión es poca la información que se puede ofrecer.

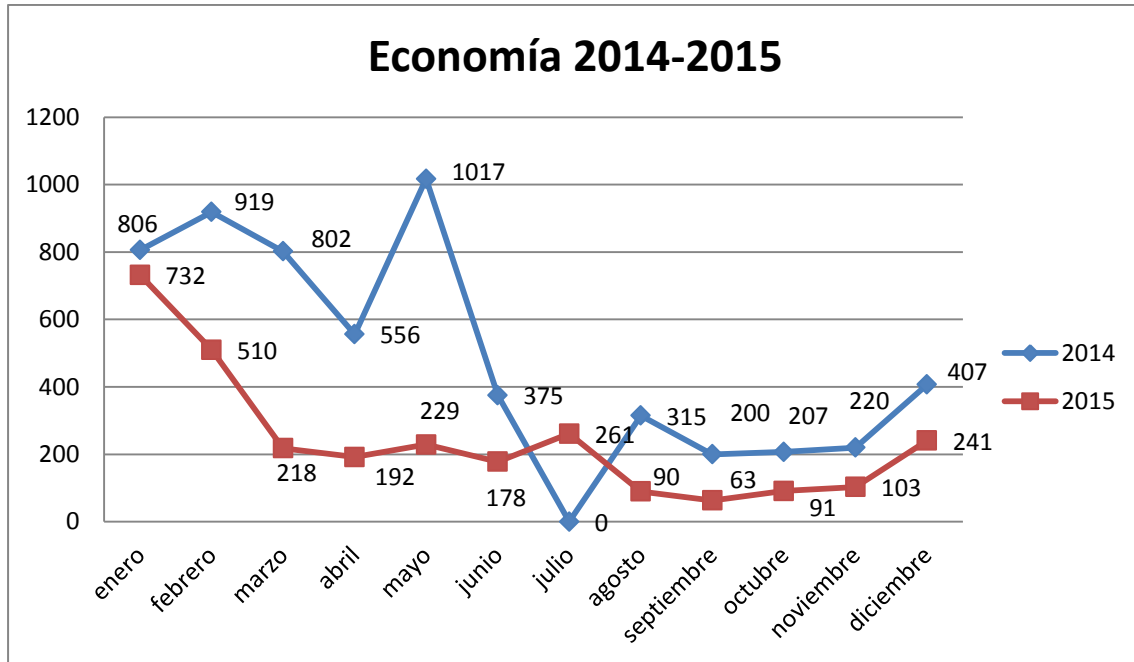
El 25 de mayo de 2015, un día después de las elecciones autonómicas, el informativo es casi monográfico. La desconexión territorial dedica a las elecciones casi 16 minutos (950 segundos) de los 23 (1387 segundos) que dura el informativo. Eso supone que sólo los deportes, con algo más de cuatro minutos (251 segundos), y el área de sociedad, con tres minutos (186 segundos) tienen presencia en esa edición informativa. No hay tiempo para la economía o los sucesos y tribunales. Ni siquiera para la cultura que habitualmente, más allá de la actualidad, desempeña una función fija de cierre en el informativo. Y pese a ello, la información referida a las elecciones locales se resume en un único vídeo que concentra los resultados de Valencia, Alicante, Castellón, Elche, Benidorm, Vila-real, Gandía y Xàtiva. Y otras tres piezas que recogen las reacciones de los diferentes grupos políticos en las tres capitales de provincia. En definitiva, sólo ocho municipios de los 542 que forman la Comunidad Valenciana tendrán datos, 14 horas después de que cierren los colegios electorales, sobre los resultados municipales. Los 534 municipios restantes no reciben ningún tipo de información sobre resultados de sus elecciones locales.

El 21 de diciembre sucede algo similar. 17 de los 26 minutos que dura ese día la desconexión se dedican a los resultados de las elecciones generales en la Comunidad. Pero esa información se circunscribe al anecdótico, reacciones genéricas de los grupos políticos y datos de las tres capitales de provincia. No se emite ninguna información sobre el resto de la Comunidad.

#### 8.1.4.2. Economía

La información económica es parte sustancial e ineludible del retrato de cualquier sociedad. Como afirma Luis María Mirón «la importancia de la economía en el desarrollo de los pueblos y la incidencia directa que tiene sobre la vida de la persona ha hecho que la información sobre esta materia adquiera los primeros puestos en trascendencia» (Cebrián y Mirón (coord.), 2013, p. 127). Dar visibilidad a los diferentes sectores productivos de un territorio sirve de altavoz para su actividad y al tiempo de estímulo productivo.

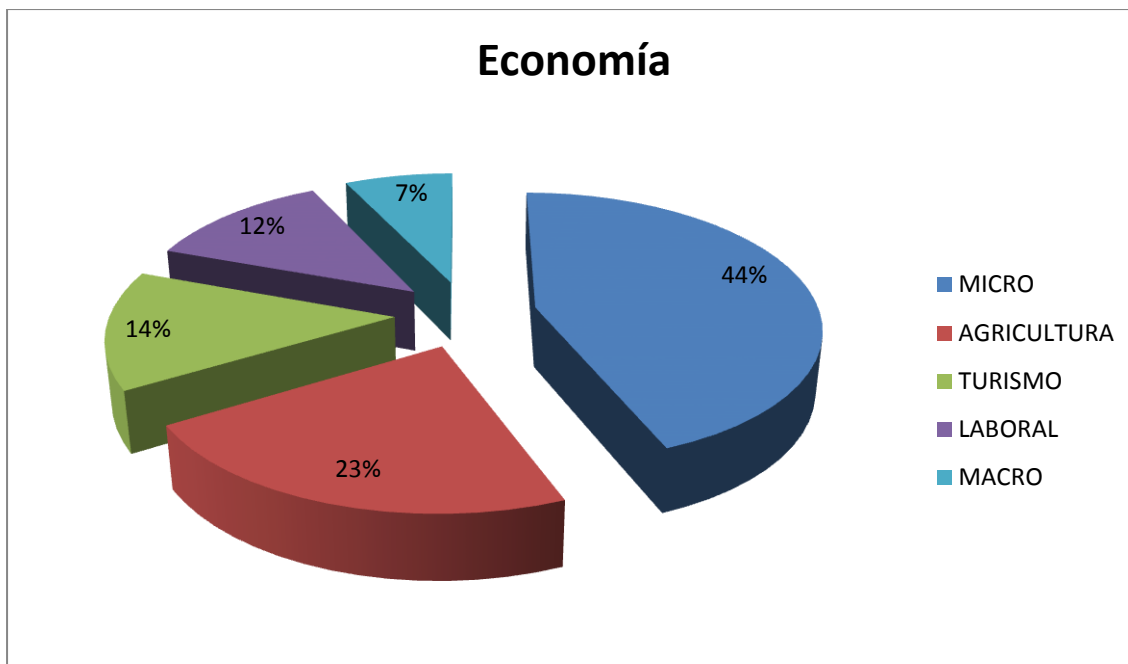
Sin embargo, la presencia de la economía en el relato de *L'Informatiu Comunitat Valenciana* es escasa a lo largo de todo el periodo de análisis. De media supone tan sólo un siete por ciento del relato informativo y repite, en general, un mismo esquema de cobertura.



Tiempo de información económica recogido en segundos.  
Fuente: elaboración propia.

Como muestra el gráfico, enero acostumbra a ser el mes con más información económica para caer después y mantenerse en niveles similares durante el resto del año. En el caso de los dos años de la muestra, el mes de mayo de 2014 registra un pico informativo que coincide con el anuncio de los agricultores de que están sufriendo graves daños por la sequía. Los efectos del excesivo calor y la falta de agua tienen reflejo en tres de los cinco informativos analizados durante ese mes. Pasado ese pico informativo la cobertura vuelve a caer hasta valores medios.

La economía en *L'Informatiu Comunitat Valenciana* engloba cinco ámbitos informativos distintos: laboral, microeconomía, agricultura, turismo y macroeconomía. Gráficamente esta es la distribución temporal de los diferentes asuntos:

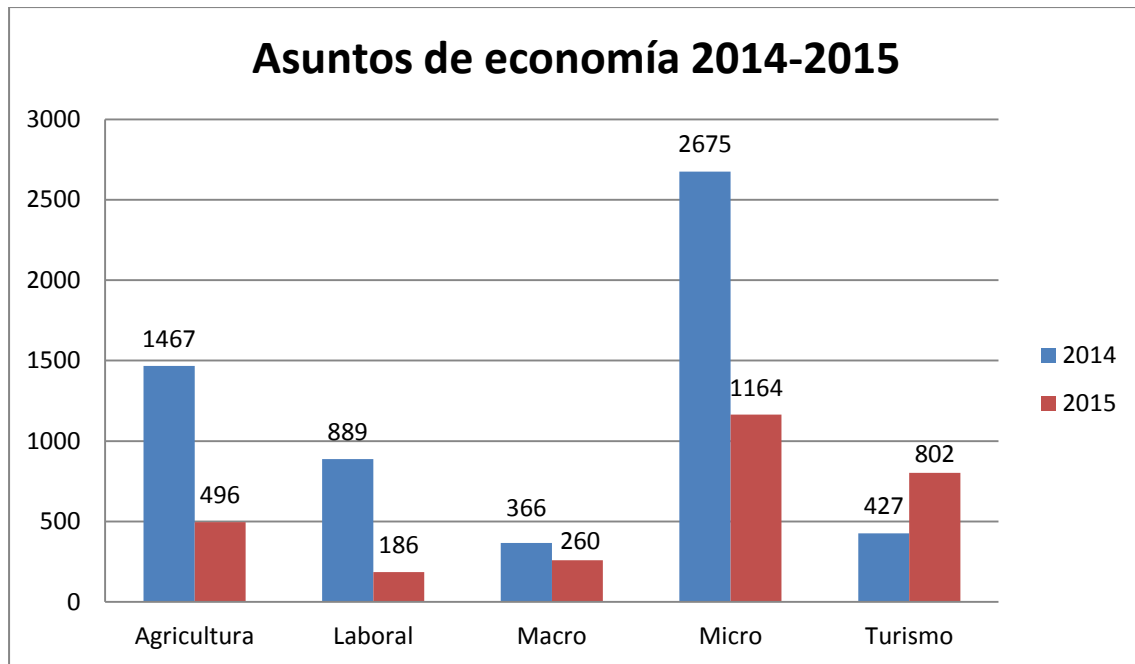


Fuente: elaboración propia.

La información empresarial, recogida como *micro*, se lleva casi la mitad del tiempo dedicado a economía (44 por ciento). En este ámbito se incluyen las noticias referidas a los diferentes sectores productivos. Sin embargo, este estudio ha querido contemplar por separado dos de ellos por su especial relevancia y arraigo en la Comunidad Valenciana. Se trata de la agricultura, que supone el 23 por ciento de la información económica emitida y el turismo, cuya cobertura, pese al peso económico del sector en la sociedad valenciana, representa sólo un 14 por ciento de la información económica. Con casi igual presencia, un 12 por ciento, le sigue la información del ámbito laboral, básicamente conflictos laborales. Por último, esporádicamente, el informativo territorial incluye datos macroeconómicos. Estos suponen tan sólo el siete por ciento de la información económica.

En general el análisis recoge un notable descenso en la cobertura de casi todos los asuntos económicos durante 2015.





Fuente: elaboración propia.

Sólo la información relativa al turismo experimenta un incremento que casi duplica durante 2015 el tiempo dedicado. A pesar de ello, los cincuenta y tres informativos de la muestra correspondientes a 2015 sólo contienen 13 minutos y medio de información sobre turismo.

Sectores como el turístico —recuerda el portavoz de los hosteleros— son de los que resultan más perjudicados porque antes había una movilización social en torno al turismo y ahora ese trabajo no lo está haciendo ningún medio. Es una cuestión de percepción. Si el conjunto de la sociedad ve la importancia socioeconómica que tiene un sector, lo respalda (Vicente Pizcueta. Entrevista 12).

El resto de ámbitos económicos pierden peso informativo durante 2015. Sobre todo llama especialmente la atención el descenso de las noticias microeconómicas, que quedan en menos de la mitad, y la pérdida de peso de la agricultura, que pasa de 24 minutos (1467 segundos) a tan sólo ocho (496 segundos), es decir, prácticamente desaparece. De hecho su presencia en la desconexión territorial se limita a constatar los daños que la sequía está provocando en el campo o los que provocan las inundaciones. No existe, y así lo confirma el presidente de AVA, un seguimiento de la actualidad agrícola y ganadera. «No es suficientemente amplio —explica Aguado— ni puede profundizar en la diversidad que hay» (Cristóbal Aguado. Entrevista 5)

Este hecho resulta especialmente relevante para el estudio porque como se explica en el epígrafe seis, la valenciana es una sociedad con una tradición eminentemente agrícola y por ello el seguimiento de este ámbito informativo, en tanto que *autóctono*, interesa más allá del sector concreto. El seguimiento de las tareas del campo, de la evolución de los diferentes cultivos, forma parte del día a día de la Comunidad y ese tipo de cobertura que, como se ha visto el ciudadano tenía hasta 2013, ha dejado de existir. La agricultura se traduce en estos momentos en una información sólo episódica, de modo que aparece en antena cuando se produce alguna noticia de alcance pero no se hace seguimiento de ella.

Tampoco tienen presencia sectores de tanta importancia en la economía valenciana como el azulejero, que concentra su producción en la provincia de Castellón y es la tercera industria que más superávit aporta a la balanza comercial española. O el automovilístico, que es el primer sector industrial de la Comunidad y supone el 7,1 por ciento del PIB regional<sup>64</sup>.

En cuanto a las cuestiones laborales, estos asuntos concentran su presencia fundamentalmente en los primeros meses de 2014 por la coincidencia de varios procesos de ERE de especial envergadura (Televisión Valenciana, Coca Cola —que cuenta con sede de distribución en la Comunidad Valenciana— y la propia Televisión Española). En 2015 la conflictividad laboral desaparece de la escaleta del informativo.

Las cuestiones macroeconómicas rara vez se incluyen en la desconexión territorial. La presencia de este ámbito informativo se mantiene constante y muy baja durante todo el periodo de análisis.

Por último, hay que destacar una ausencia llamativa en el área de economía: la información bursátil no existe en el informativo territorial. Es una carencia notable en tanto que Valencia es sede de uno de los cuatro únicos mercados de valores que existen en España<sup>65</sup>.

#### 8.1.4.3. Sociedad

El área de sociedad configura una gran miscelánea en que caben enorme variedad de asuntos. Es por ello una de las áreas que más atención informativa recibe de *L'Informatiu*

---

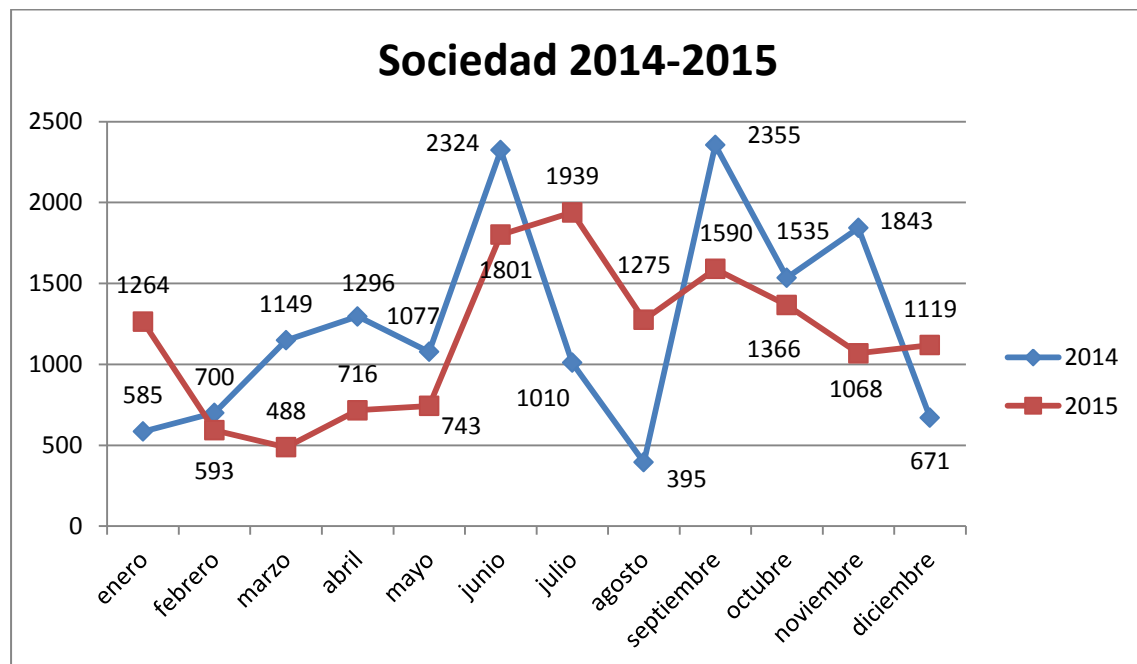
<sup>64</sup> Según datos del Instituto Valenciano de Estadística.

<sup>65</sup> Sólo Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia tienen bolsa en España.

*Comunitat Valenciana*. Su cobertura representa de media un 23 por ciento del relato informativo. Sin embargo, son tantas las materias tratadas que en ningún caso la cobertura de informaciones resulta exhaustiva.

En total los asuntos de sociedad ocupan ocho de las 34 horas analizadas. De ellas, algo más de cuatro en 2014 y algo menos en 2015. En general se trata por tanto de una cobertura bastante constante, sin grandes oscilaciones más allá de las que imponen las limitaciones del calendario.

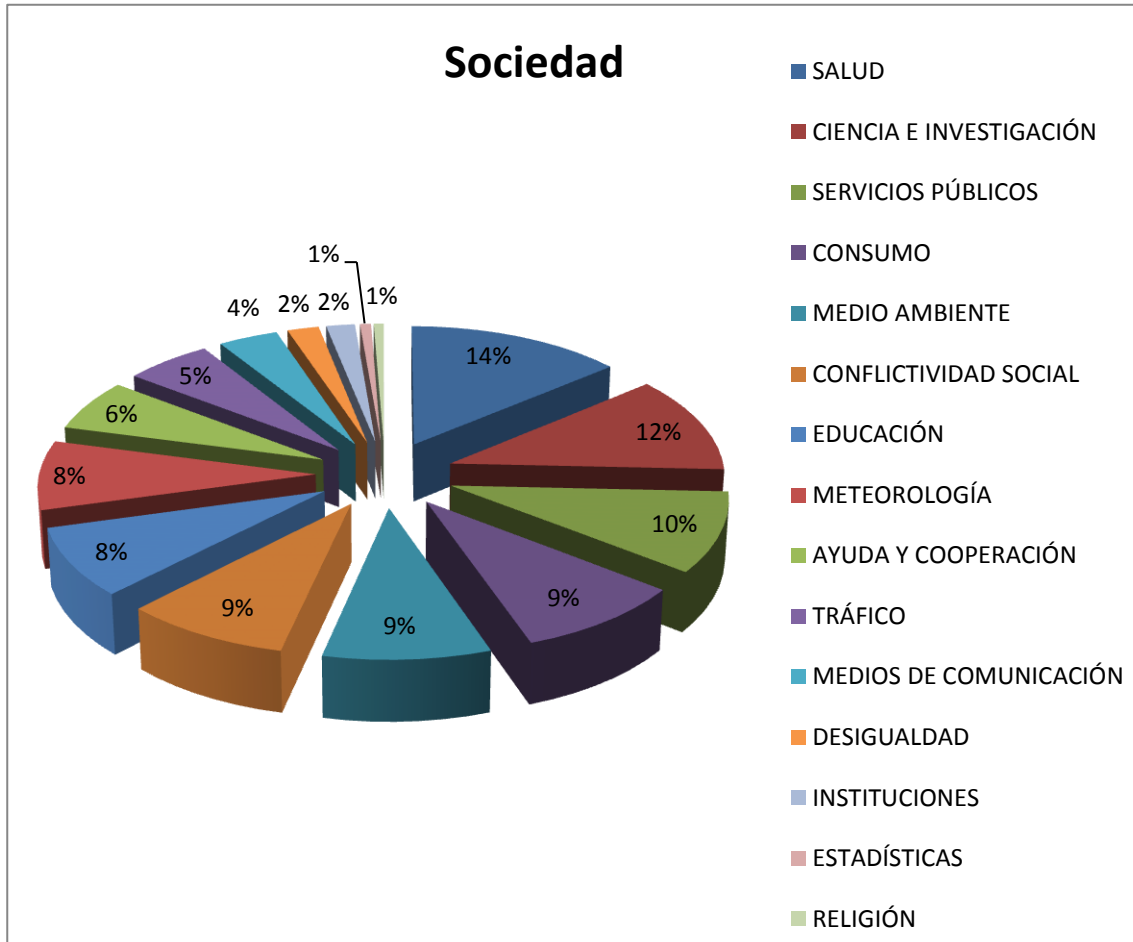
Como muestra el gráfico, sólo hay un descenso acusado en la cobertura informativa de esta área. Es el que marcan durante el verano las reducciones de plantilla propias del periodo de vacaciones, que en un medio con recursos tan ajustados se notan indefectiblemente.



Tiempos recogidos en segundos. Fuente: elaboración propia.

Dentro del área de sociedad, la desconexión territorial se ha ocupado a lo largo de 2014 y 2015 de los siguientes ámbitos: salud, educación, consumo, meteorología, medio ambiente, tráfico, servicios públicos e infraestructuras, ayuda y cooperación, desigualdad, conflictividad social, medios de comunicación, religión, estadísticas o instituciones. Mientras algunos han tenido una cobertura más amplia y constante, otros sólo están presentes en el relato informativo de manera circunstancial y esporádica.

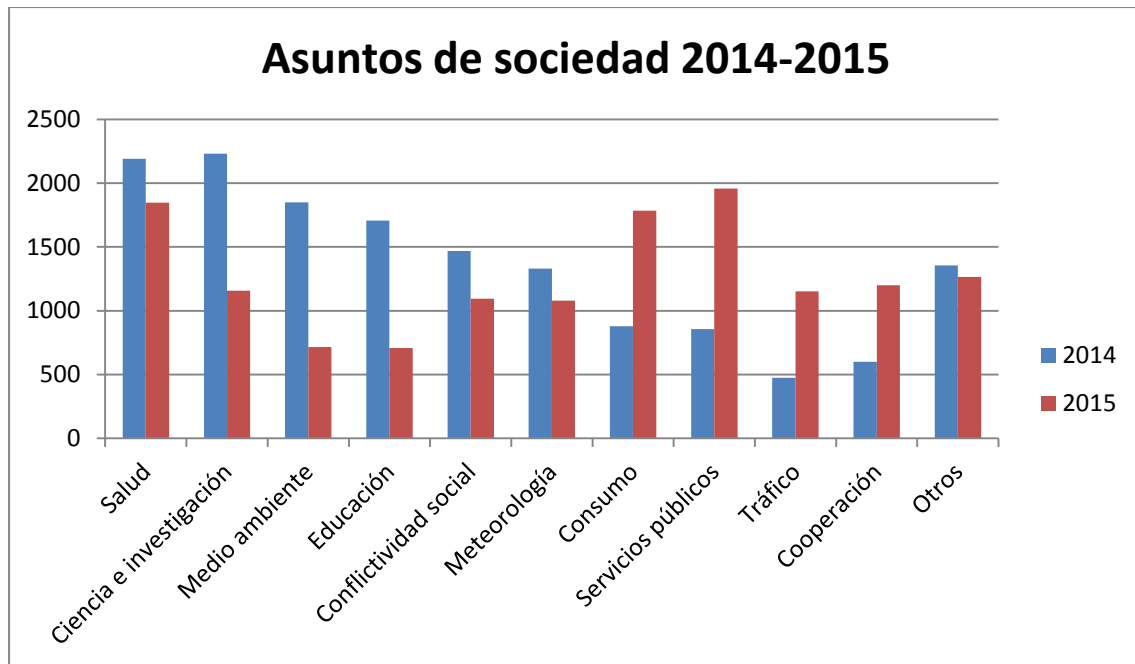
Gráficamente, esta es la distribución porcentual de la cobertura de cada uno de estos ámbitos:



Fuente: elaboración propia.

Como muestra la figura, la distribución de tiempos se reparte de manera bastante equilibrada en varios ámbitos: salud, investigación, servicios públicos, consumo, medio ambiente, conflictos sociales, educación, meteorología, tráfico y cooperación. Todos ellos se mueven entre el cuatro y el 14 por ciento del tiempo dedicado. El resto de asuntos tienen una cobertura esporádica y por tanto no significativa.

Comparativamente, este es el volumen informativo de los diferentes asuntos en 2014 y 2015:



Fuente: elaboración propia.

En general, el ámbito de la salud es el que recibe una mayor atención y más constante. Los demás asuntos oscilan notablemente de un año a otro. Cae en 2015 la cobertura de ciencia, medio ambiente, educación, conflictividad social o meteorología. Sin embargo, aumentan de forma muy notable las noticias de consumo o servicios públicos. También lo hacen los asuntos relativos al tráfico y la cooperación, aunque en este caso su cobertura sigue siendo escasa.

De hecho, la variedad de materias abordadas es tan grande que pese al veintitrés por ciento de cobertura, el tratamiento resulta escaso en la mayor parte de asuntos. Las fuentes entrevistadas para este estudio coinciden en la imposibilidad del medio de hacer un seguimiento de estos ámbitos. Desde Cruz Roja, por ejemplo, se pone el acento en las prioridades informativas: «lo que más repercusión ha tenido de la Comunidad Valenciana en todos los ámbitos de Cruz Roja ha sido la llegada de pateras. Pese a ser en costas de Alicante, donde Televisión Española sólo tiene un equipo» (Fernando del Rosario. Entrevista 6).

Curiosamente es una noticia con tratamiento de suceso la que recibe mayor atención. Cruz Roja en la Comunidad Valenciana se ocupa de un buen número de asuntos vinculados con la solidaridad en áreas muy diversas. La vivienda, la inmigración, la educación o la salud, son ámbitos de cobertura de esta entidad. Su actividad transversal hace de ella una de las principales fuentes del área de sociedad y su ámbito de trabajo, a

lo largo y ancho de la Comunidad y desde la escala más próxima, permite analizar de qué modo ha variado la cobertura.

Ponerle rostro a las cifras de la pobreza en 2014 nos hubiera ido muy bien—explica del Rosario—, porque al final no son las estadísticas lo que llega al corazón de las personas sino las caras y durante este año hemos vivido un incremento de las situaciones de pobreza y precariedad en muchas familias. En Valencia aún hemos podido aparecer en alguna ocasión pero en el resto de comarcas ha sido imposible. Un ejemplo, la pobreza energética. Desde hace años en Requena se lleva a cabo una iniciativa, la donación de leña. Desde el primer año en que se puso en marcha el proyecto Canal 9 había venido haciendo un seguimiento del tema, que además es muy visual. Se grababa a las familias en casa, se grababa cómo recogían la leña. En 2014 todo se reduce al titular pero no se profundiza en él, de manera que la cobertura es menos eficaz (Fernando del Rosario. Entrevista 6).

Este mismo análisis se hace desde el ámbito de los consumidores. En el caso de los asuntos de consumo, por ejemplo, desde la Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios se reconoce el esfuerzo pero se considera insuficiente la cobertura.

Lo que hemos notado —comenta Móner— es que los temas se tratan con muchísima menos profundidad y de una manera mucho más superficial. Obviamente los tiempos no son los mismos, en cuanto a que antes teníamos cualquier tipo de noticia y podíamos estar perfectamente siete u ocho minutos en un informativo, bien tratado, en profundidad y aquí estamos hablando de segundos y en algunos casos de una manera tan rápida que casi no da tiempo de ver de qué se está hablando (Fernando Móner. Entrevista 7).

En el ámbito de la investigación, que recoge un once por ciento del tiempo de sociedad, una vez más, el diagnóstico es el mismo. «Televisión Española —afirma Víctor Reglero— hace una cobertura mucho más genérica, menos profunda, porque no es su cometido. Podrán llevar el ámbito local a un cierto nivel pero no pueden profundizar más. Esa es la mayor pérdida» (Víctor Reglero. Entrevista 13).

Una y otra vez se repite el calificativo *genérica* para definir la información en el área de sociedad. Hay un último ámbito en que esa condición de *información genérica* resulta especialmente limitante. Se trata de la meteorología que como se ha expuesto ya en este trabajo, resulta de especial interés en una comunidad mediterránea de tiempo por tanto muy variable y de imprevisibles efectos.

Hay momentos —explica Fortea— en que la importancia de la situación meteorológica que tienes delante o que has tenido ha superado el ámbito del espacio meteorológico, por las consecuencias que puede tener o que ha tenido. Y por tanto supera la información básicamente de meteorología porque ha afectado o va a afectar a mucha gente en muchas actividades, ya sea el tráfico, la agricultura, el turismo, por tanto ha tenido una influencia muy transversal y por tanto un informativo tenía que dar esa información (Joan Carles Fortea. Entrevista 16).

El que fuera meteorólogo de Televisión Valenciana resume de qué modo se filtra en el relato informativo la meteorología. En el mismo sentido en que se expresa Fortea, el delegado de la Agencia Española de Meteorología en la Comunidad Valenciana describe la cobertura de Aitana, ese siete por ciento del relato de sociedad, como voluntariosa pero limitada: «Hemos vuelto —apunta Tamayo— a la situación que teníamos antes de que existiera Canal 9».

A lo largo del periodo de análisis se han producido al menos tres fenómenos meteorológicos de especial repercusión en la vida diaria, la sociedad y la economía de la Comunidad Valenciana. Se trata de los episodios de sequía prolongada, la sucesión de temperaturas medias muy por encima de lo normal y los episodios de lluvia intensa derivados de las conocidas como *ciclogénesis explosivas*. Estos tres fenómenos repercuten de manera muy directa en el ciudadano sin embargo la cobertura que desde *L'Informatiu Comunitat Valenciana* se ha hecho de ellos ha sido episódica, poco profunda y genérica. Para Joan Carles Fortea:

En lo que se refiere a esas situaciones en que la información meteorológica trasciende al informativo, la situación es la misma: no pueden. El informativo es tan corto que el grado de selección ha de ser enorme. No tienen ni medios para llegar dónde nosotros llegábamos ni tiempo para emitir tantas imágenes o información tan detallada. En resumen: se pierden (Joan Carles Fortea. Entrevista 16).

Si bien Televisión Española da cuenta de estos fenómenos meteorológicos puntuales y de sus consecuencias, el modo genérico de tratarlos hace que la información carezca de la «imagen específica actual». Díaz Arias entiende que «la imagen de actualidad es el elemento esencial de la información audiovisual» (Díaz Arias, 2006, págs. 179-180). Entendiendo por «imagen de actualidad» la «imagen específica actual» ésta obviamente es vital en cualquier ámbito de la información.

Efectivamente Aitana ha emitido esa información, tanto las alertas como las crónicas de hechos y efectos. Sin embargo, lo ha hecho desde un enfoque poco preciso, que no entra al detalle de qué ha ocurrido en cada zona afectada, de cuál ha sido la imagen del temporal, o la tormenta, o el fenómeno de que se trate en cada municipio o comarca afectada. Incluso aunque el *off* de la información detalle datos concretos de cada lugar, la imagen acostumbra a ser de relleno, actual, pero no específica. En la mayor parte de ocasiones la información se apoya en imágenes de Valencia o su área metropolitana. Sólo alguna vez se visualiza Alicante capital y son contadas las ocasiones en que se localiza en el resto de comarcas de la Comunidad. Incluso si se habla de efectos, los urbanos acostumbran a ser calles inespecíficas, calzadas indeterminadas o carreteras sin localizar y los campos, planos cerrados de plantaciones de cítricos que podrían estar ubicados en cualquier punto de la Comunidad.

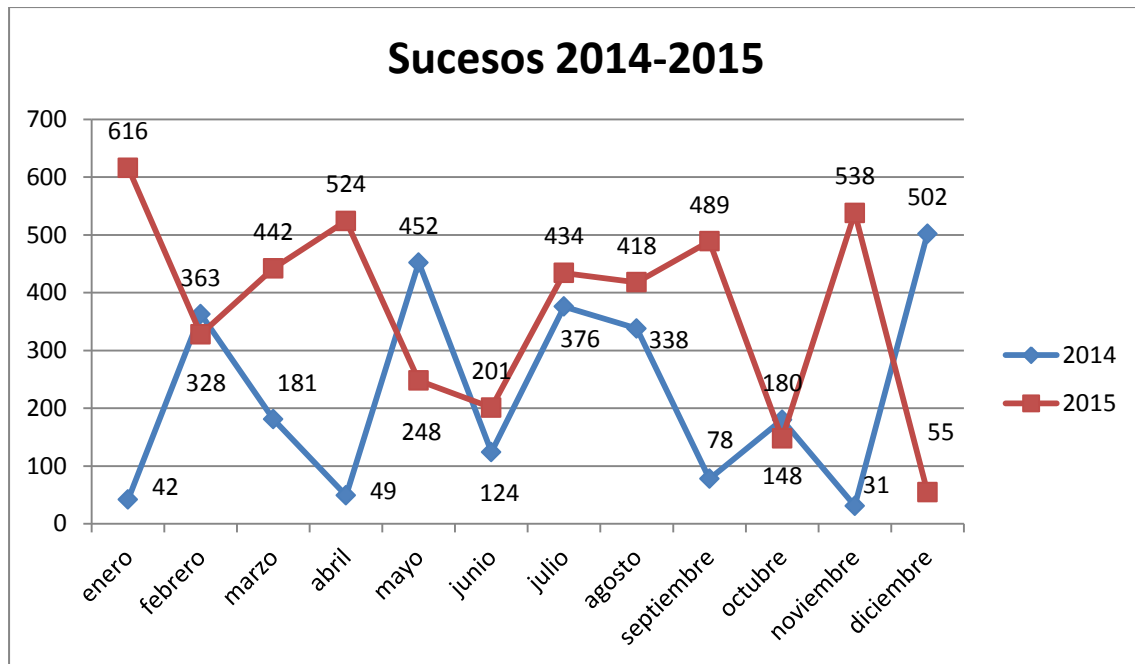
Con independencia de la reducción de información en valores de tiempo absolutos, este enfoque genérico aporta todos los datos básicos de la noticia pero priva al espectador de la sensación de proximidad, de identificación, que producen el detalle y la localización precisos.

#### 8.1.4.4. Sucesos

El área de sucesos se encuentra entre las de menor cobertura de *L'Informatiu Comunitat Valenciana*. La media del periodo analizado arroja una presencia de tan sólo el seis por ciento del relato informativo. En términos absolutos, sólo dos horas de la muestra analizada (7.157 segundos) se dedican a la información de sucesos.

Sin embargo, la distribución de este tiempo no es del todo homogénea. En 2014 la muestra de *L'Informatiu Comunitat Valenciana* sólo recoge 45 minutos de noticias de sucesos. En 2015, el tiempo dedicado crece hasta los 75 minutos.



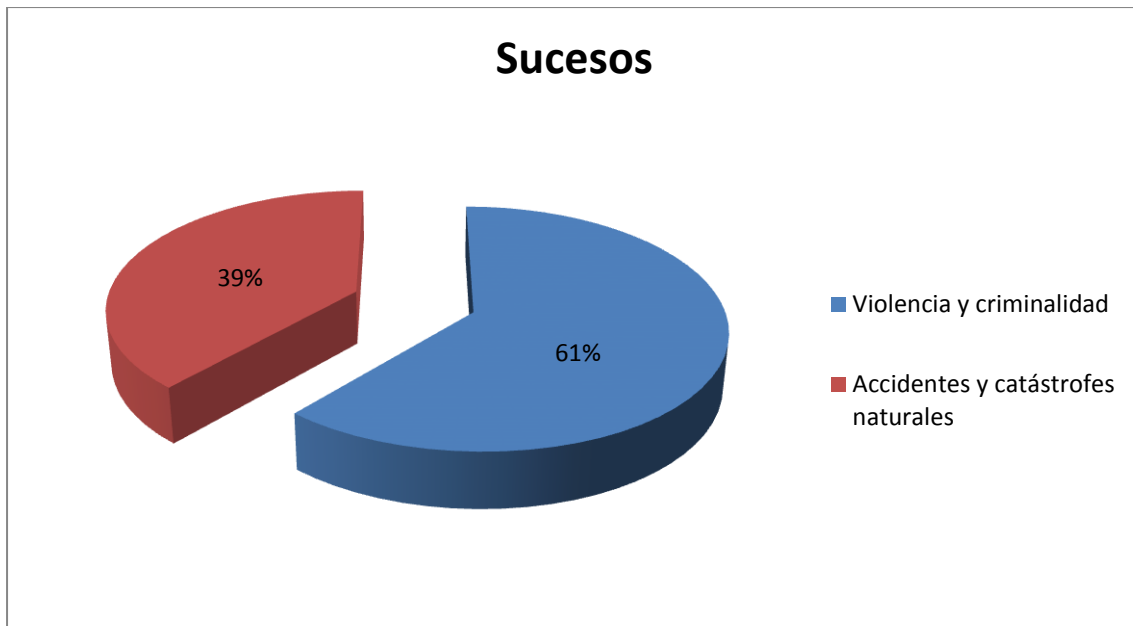


Fuente: elaboración propia.

Como muestra el gráfico, se trata de un ámbito que resulta bastante oscilante. La presencia de algún suceso llamativo dispara el tiempo de información y genera picos, sin embargo, en general, la cobertura en valores de tiempo absolutos es testimonial. La cota más alta de información de sucesos se produce en enero de 2015 y supone tan solo diez minutos de información durante un mes de muestra. La falta de medios se traduce en este caso en una difícil cobertura de lo que desde la Policía Nacional llaman «noticias menos relevantes»:

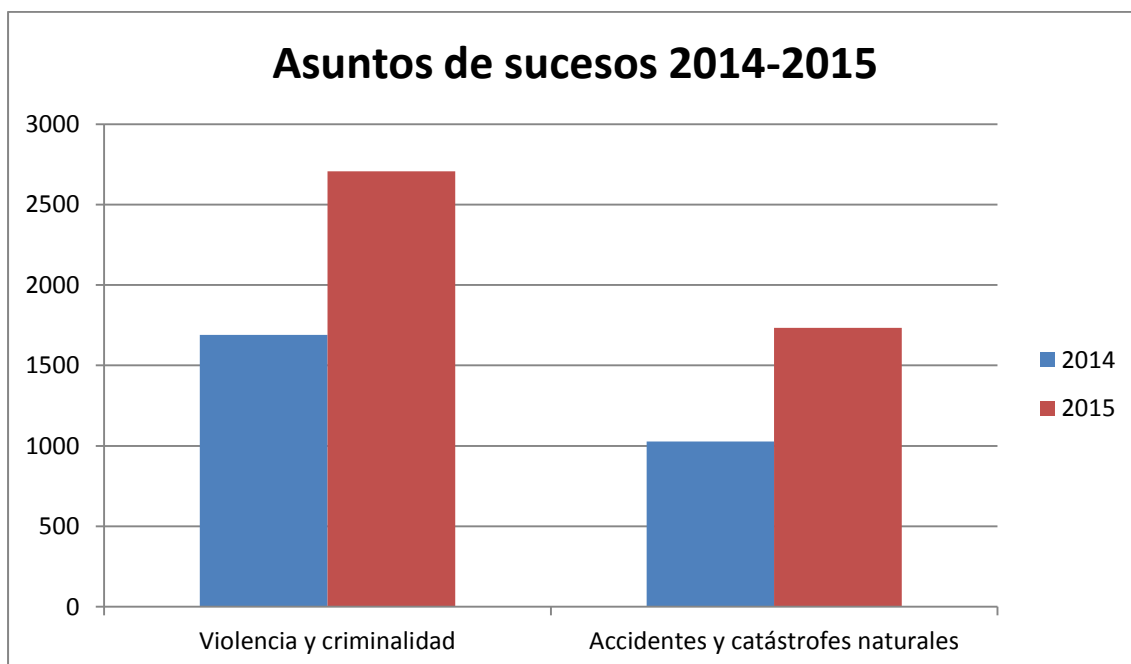
Creo que ha habido muchas cosas que se han perdido, que no se han transmitido y el ciudadano no ha tenido conocimiento. [...] Televisión Española no tiene espacio para dar cobertura a todas las noticias, se ocupa de las más importantes, las más destacadas. De ese modo las menos relevantes se quedan en el olvido y no transmiten lo que está pasando en la Comunidad (Manuel Castilla. Entrevista 10).

Las informaciones relativas a esta área abarcan diversos asuntos diferentes. *L'Informatiu Comunitat Valenciana* recoge noticias sobre todo tipo de acciones delictivas pero también sobre accidentes y catástrofes naturales. La distribución porcentual de ambos asuntos es la siguiente:



Fuente: elaboración propia.

Los sucesos violentos son los que se llevan buena parte del tiempo de información, un 61 por ciento. Los daños producidos por fenómenos naturales o los accidentes quedan invariablemente en un segundo plano. Este segundo grupo, donde se incluyen, entre otros, los efectos de las tormentas u otros fenómenos meteorológicos adversos, suponen menos del 40 por ciento del tiempo de sucesos. Y esa proporción se mantiene a lo largo de todo el periodo de análisis:



Fuente: elaboración propia.

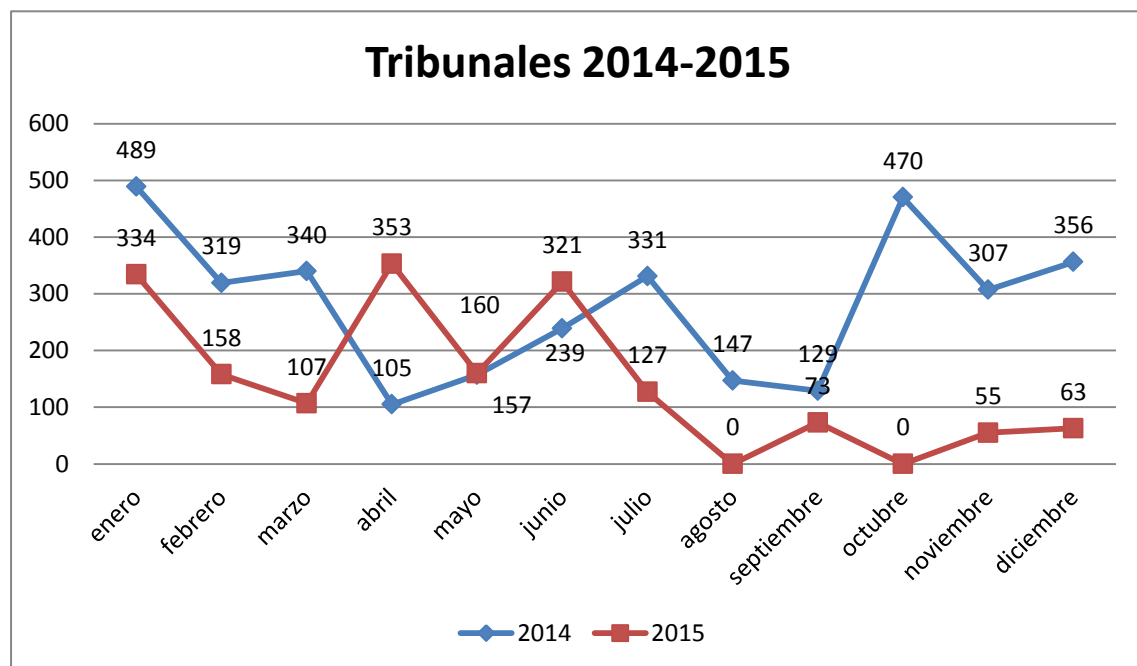
Como muestra el gráfico, pese a que la cobertura se incrementa ligeramente en 2015 las proporciones siguen sin variar.

La información de sucesos emitida por *L'Informatiu Comunitat Valenciana* es, en resumen, puntual y se circunscribe a los asuntos de mayor impacto que pueden tener cabida en el Telediario. El resto de noticias quedan fuera del relato. «En esa criba —apunta Castilla— caen muchos temas que para la Comunidad son importantes y a la gente le interesa qué pasa en su entorno» (Manuel Castilla. Entrevista 10).

#### 8.1.4.5. Tribunales

El área de tribunales es la que recibe una menor atención en los informativos de la muestra. Apenas una hora y 25 minutos de información, un cuatro por ciento de la analizada, se refiere a esta área informativa.

Ese tiempo se concentra básicamente en 2014, 56 minutos. En 2015, como muestra el gráfico, la cobertura se vuelve residual y queda reducida a la mitad, tan sólo 29 minutos:



Fuente: elaboración propia.

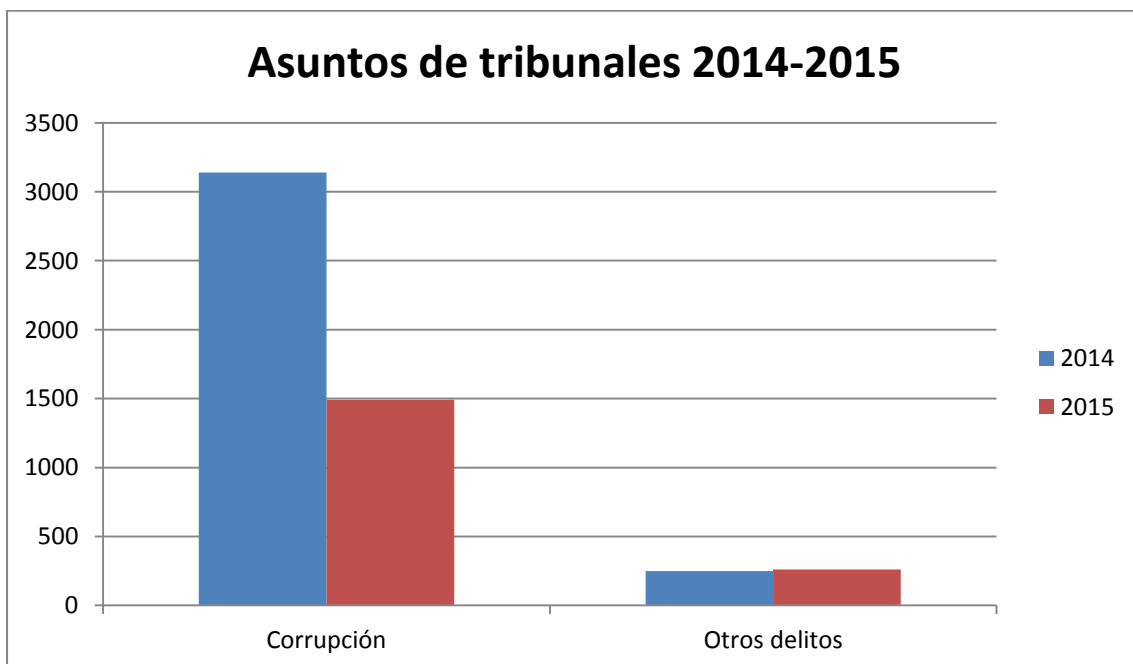
El área de tribunales se cuantifica habitualmente de forma conjunta con los sucesos. Sin embargo aquí se analiza por separado porque mayoritariamente la presencia en el informativo de noticias de esta área tiene más que ver con el mundo de la política que con los sucesos.

El análisis de los informativos de la muestra distingue dos vertientes de cobertura en el ámbito de los tribunales: los casos de corrupción, y juicios por otro tipo de delitos. La distribución porcentual del tiempo dedicado a cada uno de estos dos ámbitos deja una gráfica reveladora:



Fuente: elaboración propia.

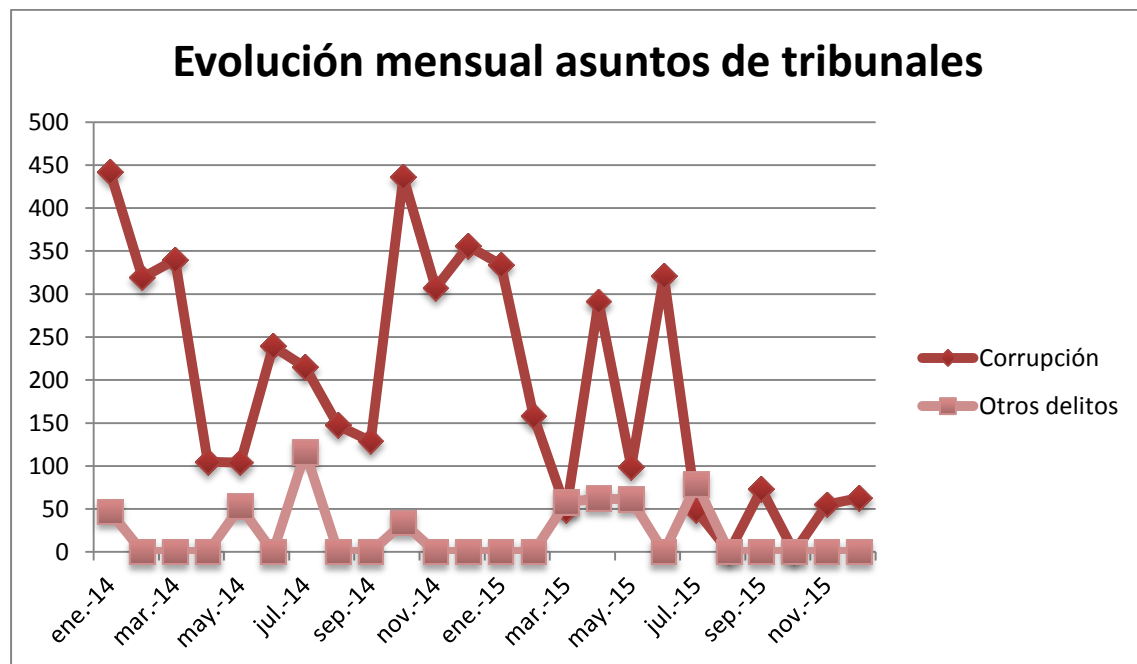
Básicamente, los tribunales llegan al informativo territorial sólo cuando en el banquillo se sientan acusados de corrupción. Y esa dinámica se mantiene durante todo el periodo de análisis:



Fuente: elaboración propia

Un 90 por ciento del tiempo dedicado a esta información lo copan este tipo de asuntos. Y la caída a la mitad del área de tribunales en 2015 calca la caída de las informaciones sobre casos de corrupción. El resto de delitos, como muestra la imagen, permanece inamovible y en niveles residuales. Con apenas un diez por ciento del tiempo de información de tribunales, resultan prácticamente invisibles.

De hecho, en 12 de los 24 meses analizados la información de tribunales aparecida es exclusivamente información de juicios por corrupción. No se recoge ninguna otra noticia de este ámbito.



Fuente: elaboración propia.

Esta distribución de tiempos tiene una razón de ser que va incluso más allá del componente noticioso que reúne cualquier juicio por corrupción. Habitualmente, los juicios de este tipo acaparan una notable atención mediática. En los tribunales, normalmente en estos casos el Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Valenciana, acostumbran a coordinar la cobertura con las cadenas públicas, de tal modo que son éstas las que se ocupan de grabar, por el sistema de *pool*,<sup>66</sup> la señal del interior de la sala y servirla después gratuitamente al resto de cadenas.

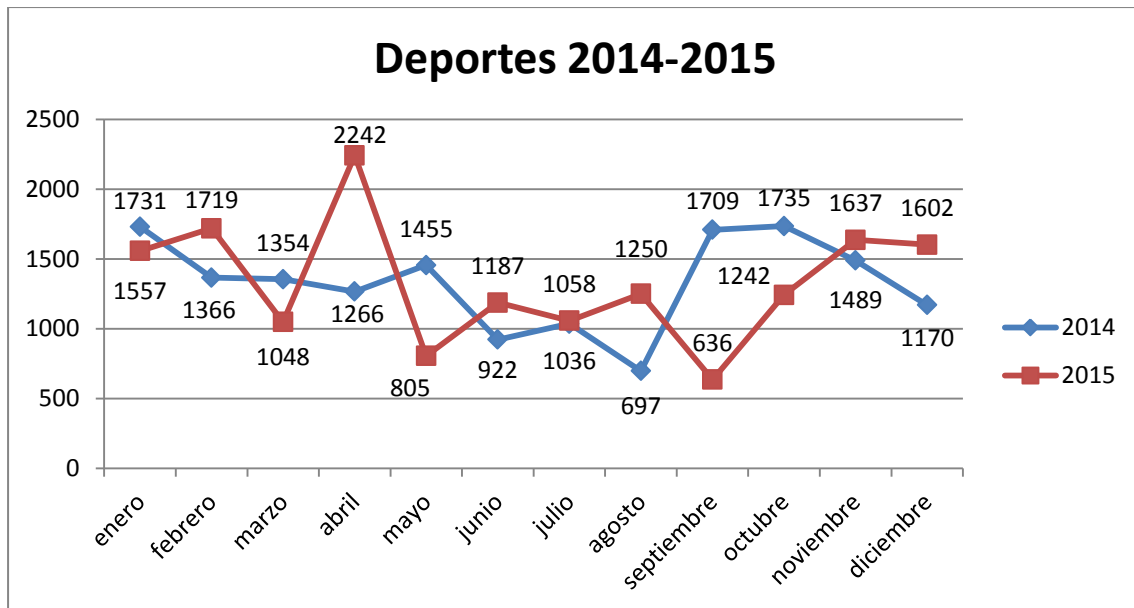
<sup>66</sup> Se conoce como *pool informativo (pool)* la grabación asignada en exclusiva a una o varias cadenas de televisión que vienen obligadas a facilitar gratuitamente el material grabado al resto de cadenas. Se suele utilizar este sistema para evitar la masificación de medios en actos públicos de especial interés informativo, en este caso, los grandes juicios.

Así se ha venido haciendo en los grandes juicios. En el ámbito de la Comunidad Valenciana dichas coberturas eran asumidas por la cadena pública autonómica y la estatal.

El cierre de Televisión Valenciana da al traste con este sistema y exige a Televisión Española asumir en solitario la función que antes desempeñaba conjuntamente con Canal 9, que disponía de muchos más medios. Como reconoce el propio delegado de TVE: «Normalmente hacemos nosotros el *pool* para el resto de televisiones. Antes lo hacíamos de forma compartida con Canal 9, ahora nos hemos quedado solos. Eso nos supone también más trabajo, más esfuerzo y más material que tienes que poner ahí» (Entrevista 21). En valores absolutos la información de tribunales resulta residual en el relato informativo. Es el área con menor cobertura. En 2015, incluso, cae hasta prácticamente desaparecer del relato.

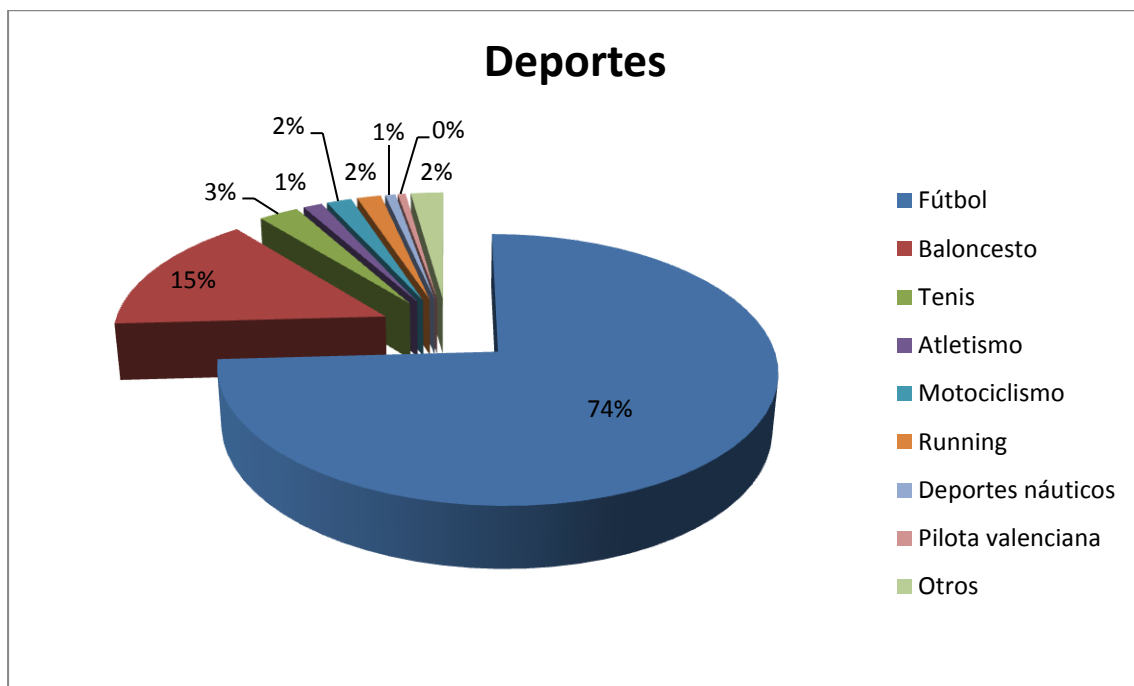
#### 8.1.4.6. Deportes

El área de deportes es una de las que cuenta con presencia fija en la escaleta de *L'Informatiu Comunitat Valenciana*. Es de hecho la que invariablemente tiene mayor presencia y mayor cantidad de tiempo dedicado. Un 26 por ciento del relato informativo lo ocupa la información deportiva. De las 34 horas de información analizadas, casi nueve se dedican a los deportes. Y es, además, la única área que, mes tras mes, mantiene el volumen de presencia invariable y por encima del resto durante los dos años de análisis de la muestra.



Fuente: elaboración propia.

La distribución del tiempo dedicado a los deportes es quizá uno de los datos más llamativos de este análisis por áreas. A lo largo de 100 ediciones, *L'Informatiu Comunitat Valenciana* se ha ocupado de fútbol, baloncesto, tenis, deportes náuticos, motociclismo, *pilota valenciana*, atletismo, *running* o rugby, entre otros deportes. Parece, pues, *a priori*, un contenido variado. No obstante, el gráfico de porcentajes desmiente tal variedad:



Fuente: elaboración propia.

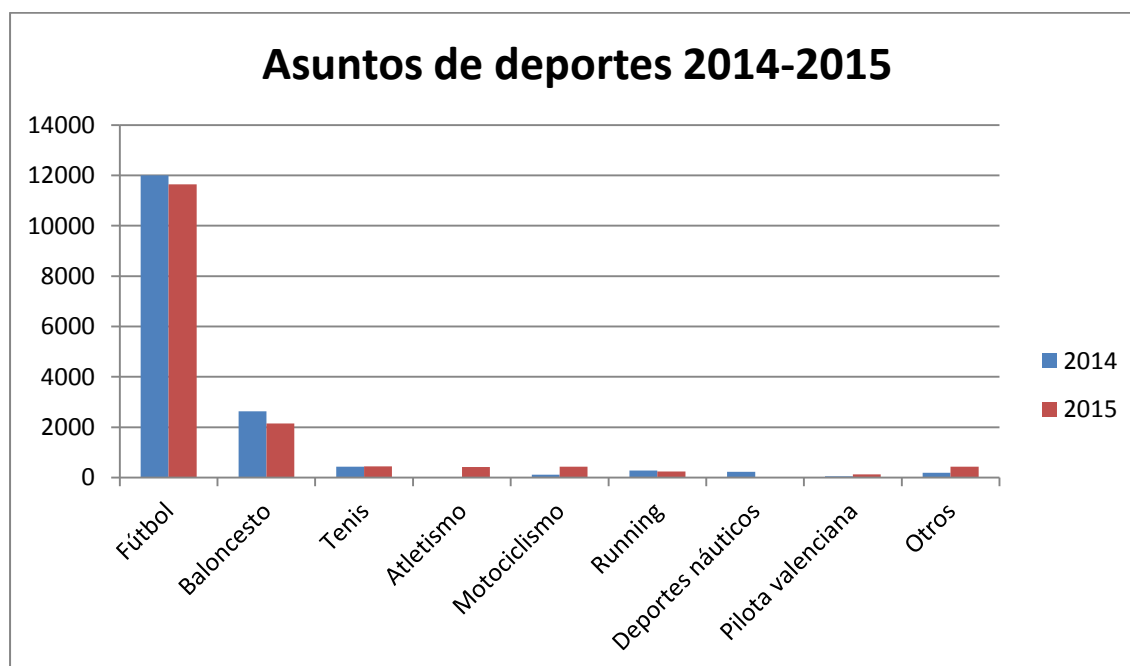
Viendo el gráfico se puede afirmar que en *L'Informatiu Comunitat Valenciana* hablar de deportes es hablar de fútbol, en concreto de fútbol de primera división. De hecho, el

propio delegado de Televisión Española en la Comunidad reconoce que es, en el ámbito deportivo, su máxima preocupación:

Se intenta —afirma Gomar—, y se hace, de hecho, que todos los equipos de fútbol de primera división de la Comunidad aparezcan a diario en los informativos. Pese a eso, recibimos críticas si dedicamos más tiempo a un equipo que a otro. Pero no tengo ni tiempo ni posibilidades de dar información de otros deportes. No me cabe más. Hay que entender que todas las televisiones, todas las radios, tienen programas de deportes específicos. Nosotros no lo tenemos (Javier Gomar. Entrevista 15).

Eso se traduce, en valores absolutos, en más de seis horas y media de cobertura para la información futbolística, que se concreta, fundamentalmente, en el seguimiento de los cuatro equipos valencianos que durante el periodo analizado, 2014 y 2015 compiten en primera división<sup>67</sup>. Tras ella, sólo el baloncesto, y más concretamente la marcha del *Valencia Basket*, tiene cobertura constante, aunque su volumen de tiempo global cae en la muestra hasta la hora y media.

Gráficamente ésta es la distribución de la cobertura en 2014 y 2015:



Fuente: elaboración propia.

<sup>67</sup> Durante la temporada 2015-2016 el número de equipos valencianos en primera división se reduce a tres por el descenso del Elche CF a segunda. Sin embargo, la repercusión de ese descenso es menor en el análisis porque dicha temporada se inicia en agosto de 2015 y abarca, por tanto, una parte muy reducida del periodo de tiempo analizado.



Pese a que en 2015 desciende ligeramente la cobertura de fútbol y baloncesto y aumentan las de otros deportes como el motociclismo, el atletismo o los incluidos en la categoría *otros*, lo cierto es que la desproporción sigue siendo muy acusada.

En 2008, el Informe sobre el cumplimiento del servicio público de Televisión Española se fijaba en la cobertura de los deportes minoritarios como ejemplo de cobertura que entra de lleno en la consideración de servicio público. En aquel informe, el catedrático Núñez Ladevéze afirma:

Teniendo en cuenta que el receptor del servicio público es, por definición, universal, la programación de Televisión Española está obligada a cubrir el espectro de servicio que no cubren las televisiones comerciales, es decir, debe llegar donde las otras no llegan. De ahí que algunas categorías, como, por poner un ejemplo, «el deporte minoritario», se entiendan como prioritarias respecto del resto de deportes y, por lo tanto, se codifiquen como acreedoras de un mayor nivel de cumplimiento. (Núñez Ladevéze, 2008, p. 6)

En este sentido, merece mención aparte para esta tesis la presencia casi imperceptible de la *pilota valenciana*. Ya se ha expuesto en el capítulo dos la notable repercusión que tuvo para el deporte autóctono el seguimiento desde la televisión autonómica.

Tras casi un cuarto de siglo, ese seguimiento televisivo, en manos tan sólo de esta desconexión territorial, ha caído en picado. Según explica Waldo Vila, pelotari profesional y empresario del sector de la *pilota*, la difusión del deporte autóctono es casi nula en *L'Informatiu Comunitat Valenciana*. Sin otro medio público de televisión que se haga eco de esta actividad su invisibilidad en Televisión Española supone su invisibilidad completa. Para Waldo Vila:

Si tienes la continuidad de ver cada semana las partidas, cada día la información sobre *pilota*, te enganchas a la actualidad. Si eso desaparece, poco a poco pierdes el contacto con ello y baja el interés. Con otra particularidad, el hecho de que se pierda este deporte va más allá de la pérdida de un deporte cualquiera. La *pilota*, además de un deporte, forma parte de la cultura y la tradición valencianas (Waldo Vila. Entrevista 14)

La *pilota* apenas ha tenido presencia en el periodo de análisis. Y desde luego no ha tenido seguimiento. En la muestra se contabilizan sólo tres piezas, por un total de tres minutos, a lo largo de 34 horas de información. Es, evidentemente, tan episódico y residual como la

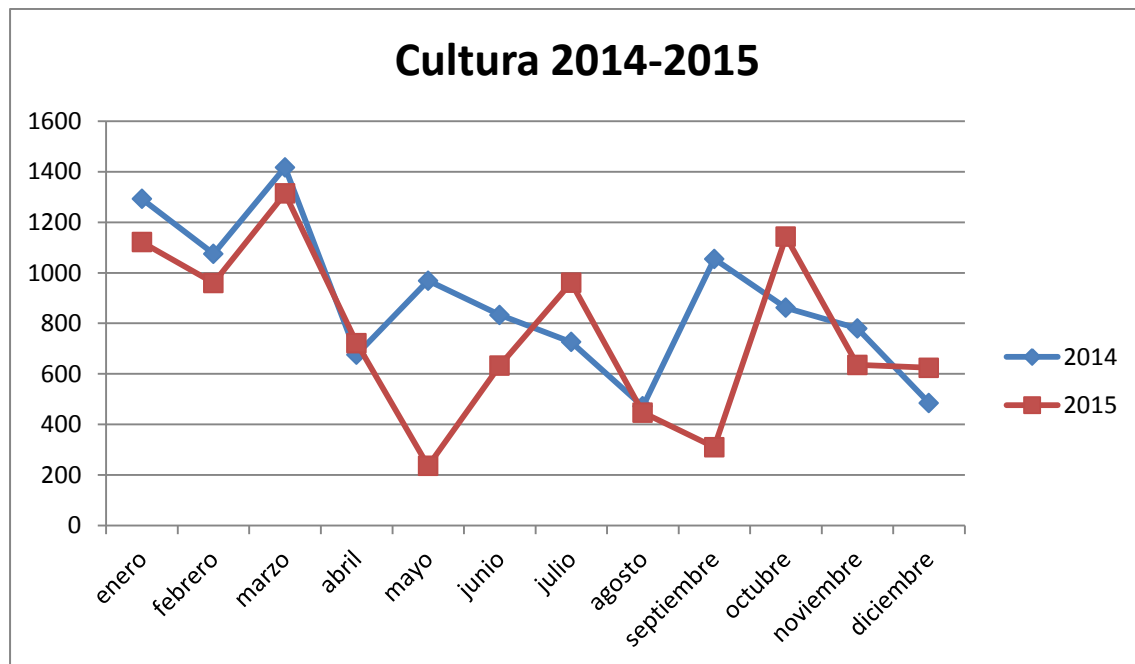
cobertura del yoga, el entrenamiento personal o el *rugby*, que carecen de las connotaciones socioculturales del deporte autóctono.

#### 8.1.4.7. Cultura

El área de cultura es, junto con la de deportes, la que cuenta con un seguimiento más constante en *L'Informatiu Comunitat Valenciana*. Salvo ocasiones excepcionales, tiene asignada una ubicación fija, no sólo en los titulares, como ya se ha mostrado, sino también en el informativo, donde sistemáticamente ocupa el tramo final.

De media, la cultura y las tradiciones se llevan el 16 por ciento del tiempo del informativo territorial. Cinco horas y media de información cultural analizadas muestran sin embargo que existe cierta oscilación en la cobertura si comparamos 2014 (tres horas de cobertura) con 2015 (dos horas y media).

Esta es, junto con la de sociedad, el área que más peso relativo pierde en 2015 en favor del incremento de la política.



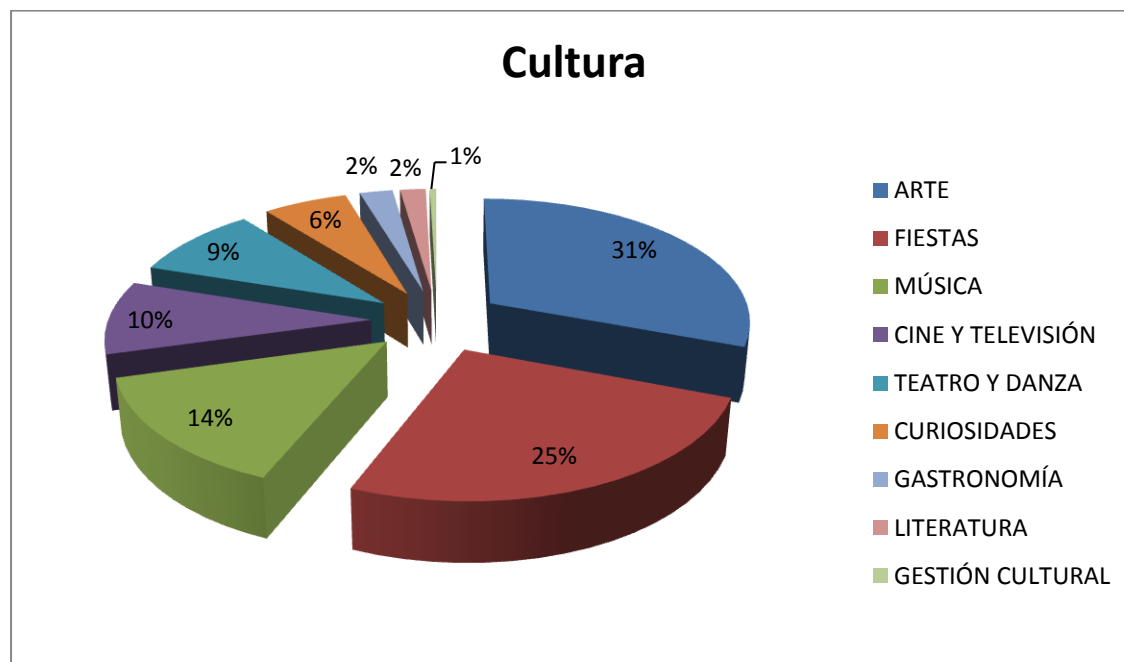
Fuente: elaboración propia.

En general, ambas gráficas siguen líneas paralelas, con mayor presencia de esta área informativa en el mes de marzo —cuando coinciden, en los dos años de la muestra, las fiestas de la Magdalena y las Fallas— y en línea descendente desde ese momento hasta el final de año. Sin embargo, en este caso, la gráfica de 2015 muestra un pico de caída en el

mes de mayo. La información cultural cae a su cota más baja del periodo de muestra coincidiendo con el mes de campaña electoral, que monopoliza el tiempo informativo y los recursos humanos con que cuenta la delegación. Después la evolución regresa a parámetros normales.

Llama quizás la atención la falta de cobertura durante los meses de verano, que concentran una notable actividad festiva en la mayor parte de pueblos de la Comunidad, sin embargo, la falta de medios en época de vacaciones vuelve a justificar los datos. Pero además en este caso hay que tener también en cuenta el tipo de cobertura cultural que hace Televisión Española en la Comunidad Valenciana. El propio delegado reconoce: «Yo no puedo mandar equipos a grabar fiestas patronales. Ni tengo disponibilidad ni tiempo» (Javier Gomar. Entrevista 15).

En el área de cultura, *L'Informatiu Comunitat Valenciana* ha prestado atención a buen número de ámbitos: el arte, la música, el teatro y la danza, la literatura, el cine y la televisión, la gastronomía, la gestión cultural, alguna curiosidad y, por supuesto, las fiestas y tradiciones de la Comunidad Valenciana. No obstante, una vez más, la distribución en esta área no es en absoluto equitativa.



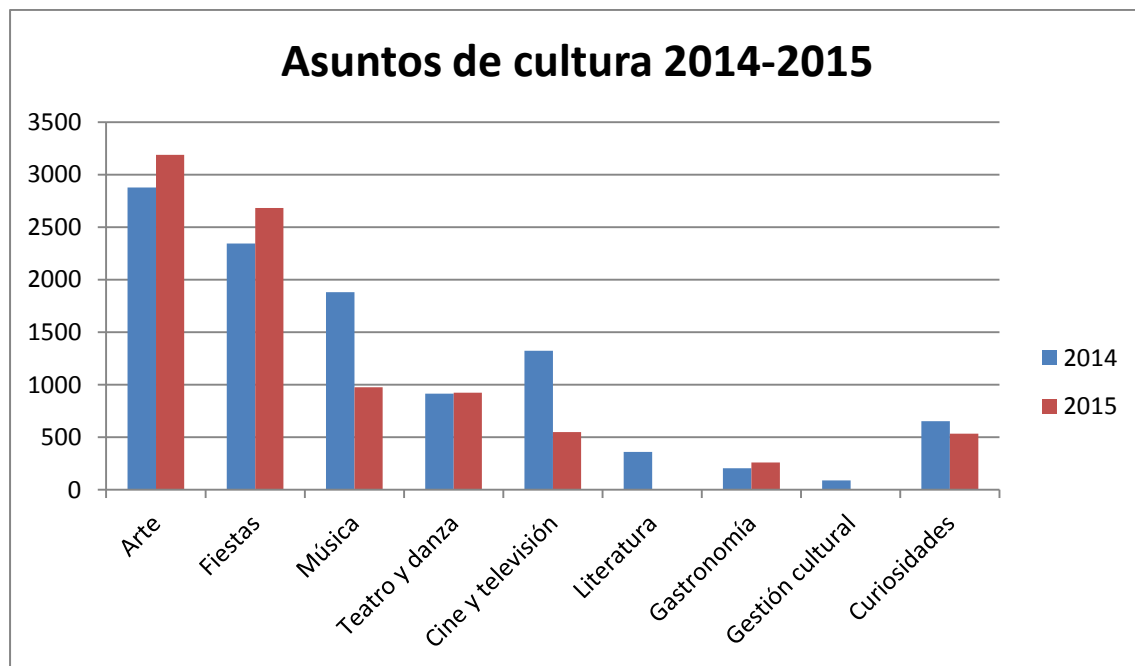
Fuente: elaboración propia.

Arte y fiestas concentran la mitad del relato. El arte, que acostumbra a servir como cierre del informativo, es el ámbito que más presencia tiene en *L'Informatiu Comunitat Valenciana*. Supone un 31 por ciento de la cultura que emite la desconexión. No puede

afirmarse sin embargo que se dé una información exhaustiva de las propuestas artísticas que se ponen en marcha a lo largo y ancho de la Comunidad. En el siguiente epígrafe se profundizará más en este aspecto pero vaya por delante que es la ciudad de Valencia, y en menor medida la de Alicante, las que acaparan las propuestas artísticas con cobertura en el informativo territorial.

Tras las exposiciones que acostumbran a cerrar el informativo, son las fiestas y tradiciones, las que reciben mayor atención de *L'Informatiu Comunitat Valenciana*. Suponen el 25 por ciento de la información cultural. Y tras ello, ya a notable distancia, la música, el cine —que en general carece del enfoque de proximidad, como se verá inmediatamente— y las artes escénicas que reciben cada una de ellas el diez por ciento del tiempo de cobertura. El resto de ámbitos tienen una presencia sólo esporádica.

Esta distribución se mantiene constante a lo largo de los dos años de la muestra. El nivel de cobertura por ámbitos no varía sustancialmente durante el periodo de análisis.



Fuente: elaboración propia.

Ya se ha explicado el uso utilitarista, como pieza de cierre, que se hace de las noticias sobre arte. El otro ámbito que destaca en esta área es la información sobre fiestas y tradiciones. La gráfica comparativa muestra en esta materia un ligero incremento de la cobertura en 2015, aunque poco reseñable en opinión de las fuentes entrevistadas para este estudio que lo consideran, una vez más, demasiado genérico. El director del Archivo de Religiosidad Popular comenta:

Televisión Española ha de dar una información general, y puede que, por algún motivo, en un momento determinado de una pincelada de alguna fiesta o algún rito concreto, pero nada más. El seguimiento de las fiestas de los distintos pueblos de la Comunidad ya no existe en estos momentos y eso nos retrotrae a hace cincuenta años. Entonces, la única información que teníamos de esos actos era la que aportaba el corresponsal o el cronista en el periódico, pero no existía visibilidad (Andrés de Sales Ferri. Entrevista 4).

Evidentemente, existen diferencias entre estas fiestas *pequeñas*, y las de mayor repercusión, como los Moros y Cristianos, las Hogueras de San Juan, la Magdalena de Castellón o las Fallas que sí tienen presencia en el informativo territorial. No obstante, incluso en estos casos no se puede hablar de seguimiento. El Maestro Mayor del Gremio de Artistas Falleros considera que «ha sido un tiempo en la sombra. Desde que se cerró Canal 9, prácticamente no se ha visto nada en la televisión hasta que no han estado las fallas plantadas en la calle» (José Ramón Espuig. Entrevista 9).

Por otra parte, el tratamiento informativo contrasta con el tipo de cobertura *con eje geográfico*, de que se habla en el epígrafe seis de este estudio. Cuando apenas hay tiempo para dar una pincelada de las fiestas difícilmente se puede hacer un seguimiento de ellas en toda la Comunidad. Eso se traduce en que sólo allí donde la fiesta tiene más envergadura o dónde resulta más fácil la cobertura, se graban imágenes. El resto queda eclipsado.

En el caso concreto de las fiestas falleras la cobertura es mayor que en otros ámbitos, y sin embargo, la sensación de las fuentes es igualmente de insuficiencia. «Creo —afirma Pere Borrego— que la información que hemos recibido desde 2014 ha sido ínfima. Hay noticias por parte de Aitana pero sobre Fallas es muy escaso lo que se dice» (Pere Borrego. Entrevista 11).

Si bien es cierto que durante 2014 y 2015, Aitana ha introducido espacios nuevos para dar mayor presencia a determinadas fiestas, fundamentalmente las Fallas, la cobertura ha sido igualmente insuficiente. En el próximo epígrafe se detallarán estas coberturas.

Más allá de la consideración de mera información, este ámbito festivo y tradicional forma parte del elemento autóctono que se analiza en el epígrafe seis y por tanto, su pérdida lleva implícita una pérdida de la proximidad tal y como se entiende en este estudio.

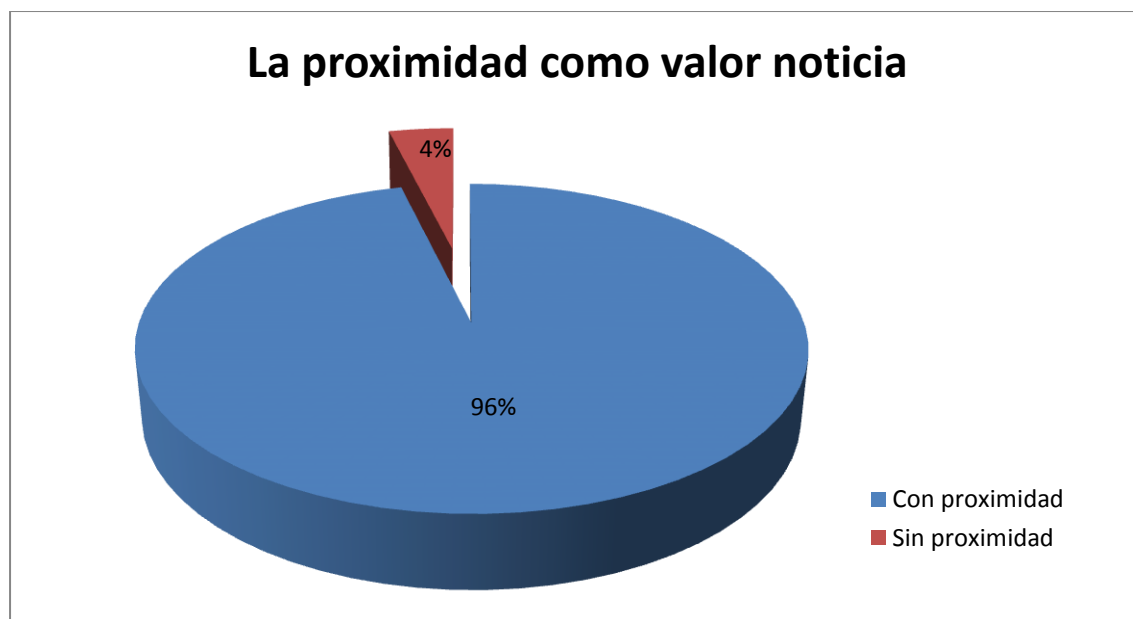
## 8.2. El enfoque de proximidad en los informativos territoriales

El informativo territorial de Televisión Española es en sí mismo un informativo de proximidad. No obstante, la delegación es al tiempo y en primer lugar, una corresponsalía de un medio estatal y su prioridad es precisamente dar servicio al relato global de la cadena. Este hecho condiciona la narración que la desconexión ofrece, en tanto sus medios y el uso de ellos se deben a intereses ajenos a la delegación. De qué modo se ve afectada por ello la información de proximidad se analizará a continuación.

### 8.2.1. La proximidad como valor noticia

La proximidad en la información es uno de los valores noticia clásicos. Entendida como información de proximidad geográfica o cultural, Wolf (1987, p. 231) citando a Golding Elliott, habla de «aquellos acontecimientos que pueden englobarse en la normal esfera de experiencia de los periodistas y su público» y de aquellos que se producen en el entorno geográfico más cercano a ellos. En definitiva aquellos hechos noticiosos que se producen en el territorio de referencia y los que se refieren al ámbito más cercano personal y socioculturalmente.

Siguiendo este criterio, el estudio ha analizado la presencia del valor noticia *proximidad* en un informativo que en sí mismo constituye una ventana de proximidad. Gráficamente la proximidad como valor noticia figura en buena parte del relato informativo:



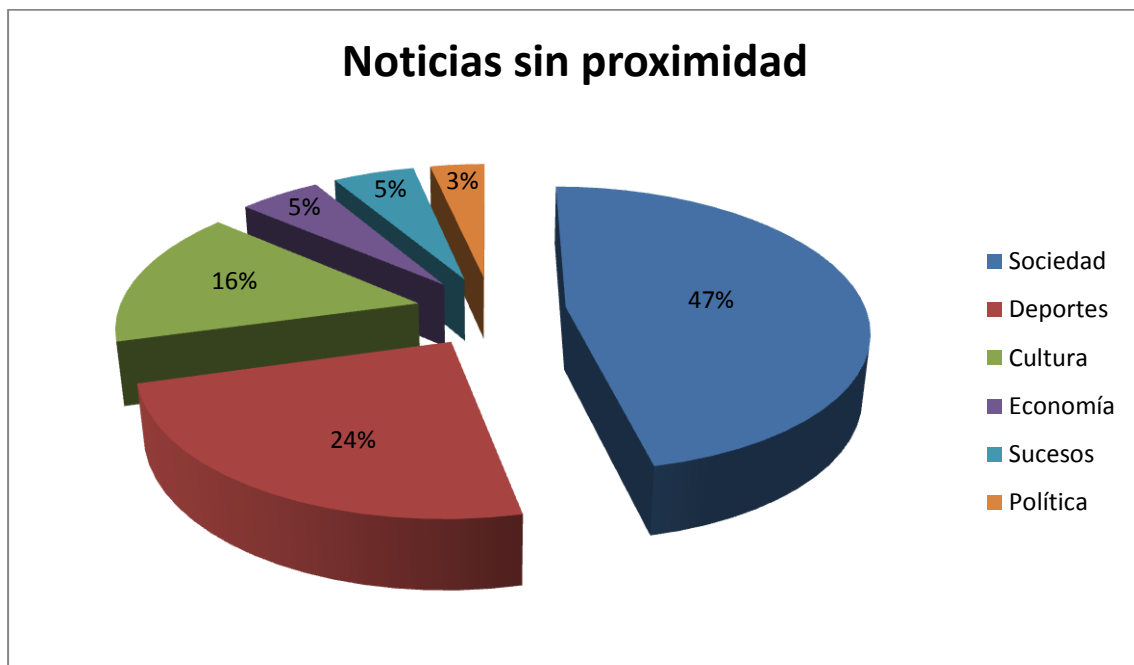
Fuente: elaboración propia

El 96 por ciento de las noticias que aparecen en *L'Informatiu Comunitat Valenciana* son noticias próximas en el sentido en que Wolf (1987) habla de ellas.

PROXIMIDAD	Nº PIEZAS	DURACIÓN TOTAL (")	HH.MM.SS
SÍ	1833	119314	33:08:34
NO	58	4769	1:19:29

Fuente: elaboración propia.

En el cuatro por ciento restante, el análisis recoge en volumen variable noticias de todas las áreas informativas. Gráficamente, la distribución de ese cuatro por ciento se traduce del siguiente modo:



Fuente: elaboración propia

Prácticamente la mitad de las noticias sin proximidad se engloban en el área de sociedad y son fundamentalmente estudios genéricos referidos a diferentes materias: salud, consumo, investigación o datos referidos a operaciones especiales de tráfico. Se emiten fundamentalmente en los meses de verano o durante periodos vacacionales y en algunos casos las piezas ni siquiera están elaboradas en la delegación de la Comunidad Valenciana. Es, en definitiva, lo que en las redacciones se conoce como *relleno*, para completar una escaleta que no alcanza, con el material propio, la duración de sus informativos.

En ocasiones, este tipo de piezas sin valor de proximidad sí se han elaborado, al menos en parte, en la delegación. A veces son cortes de voz; otras, imágenes que se intercalan con las grabadas por otras delegaciones territoriales. Son encargos de la redacción central que distribuye las tareas del Telediario en virtud de su disponibilidad de medios. Pese a no ser material de proximidad, la desconexión emite las piezas para aprovechar el trabajo realizado. «Es normal —afirma Gomar— llevar tres y cuatro temas en cada informativo nacional. No piezas completas pero a lo mejor, colas y alguna declaración o alguna asistencia. Eso es el pan nuestro de cada día. Luego nosotros aprovechamos eso, obviamente» (Javier Gomar en Entrevista 21).

Con estas características encontramos noticias de política, de deportes, de sucesos o de economía.

Por último, dentro de las noticias sin proximidad hay que hablar de las piezas de cultura. Suponen un 16 por ciento de ellas y son exclusivamente estrenos de cine. Televisión Española emite en el Telediario de los viernes una pieza con los estrenos de cartelera. Es un vídeo elaborado en Madrid por y para el Telediario que, sin embargo, sistemáticamente se emite en la desconexión de las 14 horas a modo de propuesta de ocio, sin que se pueda hablar de proximidad en ningún caso.

La distribución y los porcentajes de proximidad se mantienen más o menos constantes durante todo el periodo de análisis. De manera que puede afirmarse que el relato responde a los criterios de proximidad de un informativo regional. Sin embargo, esa proximidad genérica queda en la superficie, como reconoce el propio director de Aitana:

En la delegación de Televisión Española hacemos un informativo muy generalista. En Aitana no podemos entrar en el detalle de lo que suceda en Buñol, por ejemplo, si no es una cosa extremadamente grave. Tenemos 25 minutos de informativo y ahí hemos de contar todo lo importante y todo lo que pueda interesar a la mayoría de gente de la Comunidad Valenciana. No podemos descender al detalle. En un medio autonómico hay más oportunidad y más tiempo para poder atender temas que aquí es imposible atender (Javier Gomar. Entrevista 15).

Utilizando la terminología de Musso (1991), cuando se entra en el análisis pormenorizado de aquellos factores que definen la proximidad cultural y geográfica en la Comunidad Valenciana —tal y como este estudio las plantea en el capítulo uno—, el valor noticia



presente en esta breve *ventana* de información no se concreta en el amplio retrato *espejo* que el ciudadano de la Comunidad busca en un informativo de proximidad.

La Ley del Audiovisual Valenciano (Ley 1/2006, de 19 de abril, de la Generalitat, del Sector Audiovisual) reconoce en su Preámbulo que «los medios de comunicación audiovisual, así como sus servicios adicionales, constituyen pilares fundamentales para el desarrollo de la sociedad actual ya que contribuyen a reforzar la cohesión económica y social del territorio». Y los define, en su artículo tres, como «instrumento para la promoción y divulgación de la cultura, historia y lengua propias».

En este epígrafe se analizará pormenorizadamente el modo en que el contenido de *L'Informatiu Comunitat Valenciana* plasma los parámetros de proximidad de que habla dicha Ley y que sustentan esta tesis.

#### 8.2.2. Valenciano: medio y mensaje

Ya se ha hablado en este trabajo del valor intrínseco que el uso de la lengua propia tiene como elemento de proximidad. Más allá de su consideración como vehículo de comunicación, la lengua tiene un componente simbólico fundamental que acerca al individuo parlante a su realidad y a su visión del mundo. Por eso, el uso del valenciano en los informativos de la televisión pública valenciana representa un termómetro ideal para medir el grado de complicidad y de implicación de la televisión con la sociedad. Además, es esencial para cumplir con el mandato de revitalización idiomática de que habla la legislación, que se apoya en la voluntad política y social de normalización de la lengua propia.

En lo que se refiere a la difusión de un idioma —explica el presidente de la Academia Valenciana de la Lengua—, su uso en televisión es básico. El ciudadano en general da por hecho que aquello que aparece en televisión es importante, de manera que, si uno está escuchando un idioma en televisión, obviamente ese idioma es importante (Ramón Ferrer. Presidente de la Academia Valenciana de la Lengua. Entrevista 1).

Como se expone en este trabajo en los *Fundamentos Jurídicos* del capítulo uno, el estatuto de Radio Televisión Española, en su reforma de 2006, establece que «las desconexiones se harán en la lengua propia de las CC.AA» (Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal, 2006). No obstante, el director de Aitana

reconoce que en el caso de la desconexión territorial esta norma se viene incumpliendo históricamente:

Efectivamente, debería hacerse y no se hace. Y no se hace porque nunca se ha hecho. Tradicionalmente esta desconexión se hizo siempre en castellano y con las entradillas en valenciano y se ha seguido haciendo así. Además, si hago todo el informativo en valenciano recibo protestas de ciertos sectores y si lo hago todo en castellano recibo protestas de otros (Javier Gomar. Entrevista 15).

El análisis de contenido realizado arroja unos datos que se alejan notablemente de ese cien por ciento de presencia del valenciano que la ley exige a los informativos territoriales. Gráficamente, esta es la distribución idiomática del relato emitido a lo largo de 2014 y 2015:



Fuente: elaboración propia.

Más del 60 por ciento del tiempo de información analizado, casi 21 horas, se ha emitido en castellano. El 40 por ciento restantes, alrededor de 13 horas y media, corresponden a la información en valenciano.

IDIOMA	DURACIÓN TOTAL (")	HH.MM.SS
Castellano	74.775	20:46:15
Valenciano	49.216	13:40:16

Fuente: elaboración propia

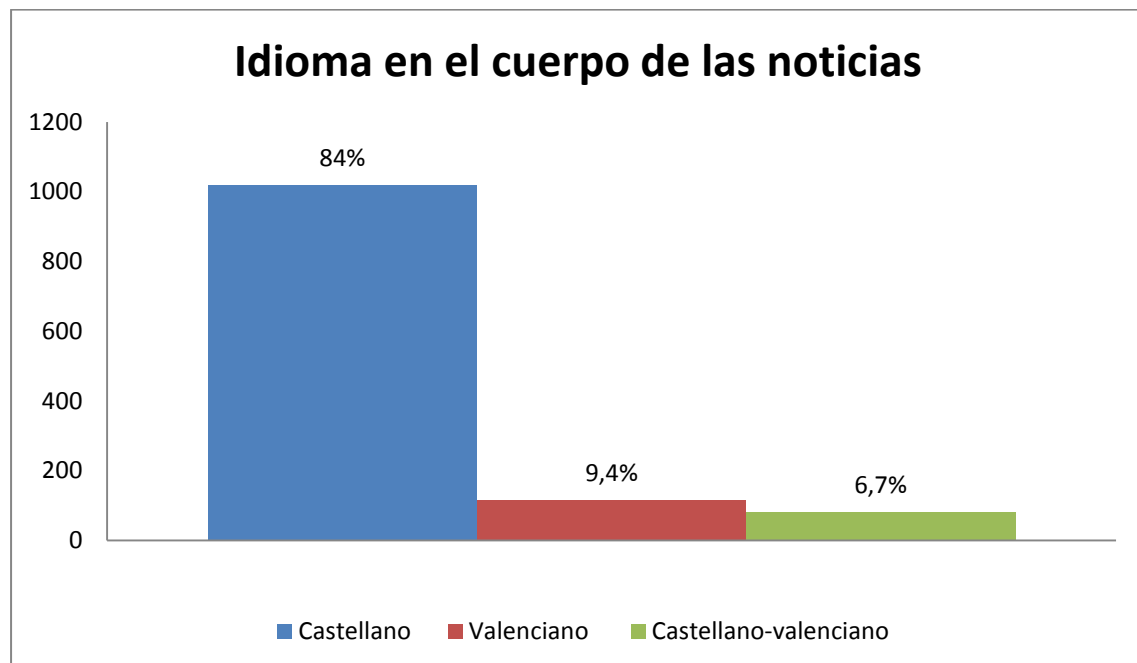
En líneas generales el uso del valenciano se circunscribe, como explicaba el delegado de Televisión Española en la Comunidad, al material locutado directamente desde plató, es decir, entradillas y platós (colas). El resto del contenido, grabado, se emite en castellano.

Sin embargo esa tónica general tiene excepciones en el periodo de la muestra. En primer lugar, hay numerosas ocasiones en que dentro del cuerpo de la noticia, el *off* está locutado en castellano pero se incluyen todos o parte de los cortes de voz en valenciano.

En segundo lugar, hay piezas en que el *off* de la noticia se redacta en valenciano por decisión del redactor (por ejemplo: el vídeo sobre el acto institucional del 9 de octubre de 2015, o la noticia del debate en las Cortes Valencianas sobre una nueva televisión autonómica). Estos son sin embargo, casos excepcionales.

Por último, a partir de noviembre de 2014 y durante todo 2015, se introduce un nuevo formato: los breves. Se trata de bloques de dos o tres vídeos muy cortos que suman no más de un minuto de duración. De manera sistemática el bloque de breves se emite sin entradilla y con el *off* en valenciano.

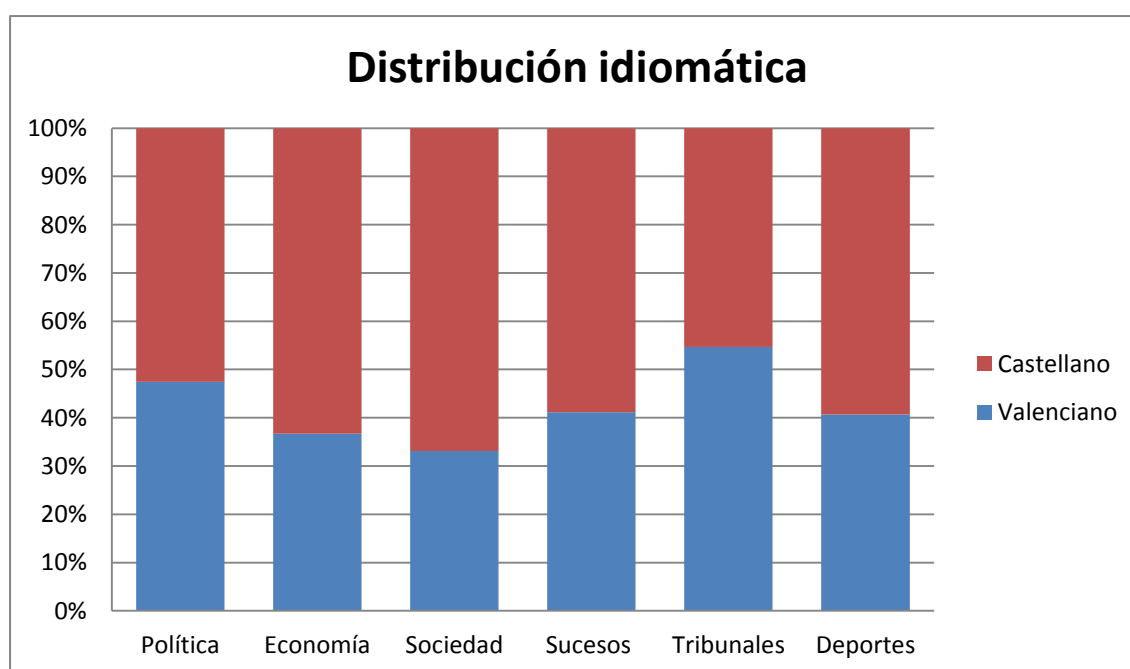
De este modo, el detalle del uso del valenciano nos deja un cien por ciento de presencia en las entradillas y platós y un porcentaje residual en el cuerpo de las noticias.



Fuente: elaboración propia.

Un total de 1.019 piezas, de las 1.214 que tienen cuerpo en la muestra, se han emitido íntegramente en castellano. Esto representa el 84 por ciento de los *off* y declaraciones analizados. De otro lado, en algo más de un nueve por ciento de las piezas se combinan ambos idiomas. Suelen ser piezas con el *off* locutado en castellano pero que incluyen todos o al menos alguno de los cortes de voz en valenciano. Por último, un exiguo porcentaje de algo más del seis y medio por ciento se emite íntegramente en valenciano.

En general, el nivel de uso del valenciano es minoritario en todas las áreas informativas. No obstante, resulta interesante comparar los porcentajes porque se dan varias oscilaciones curiosas:



Fuente: elaboración propia.

El dato más llamativo es sin duda la preeminencia de uso del valenciano frente al castellano en el área de tribunales. Es el único ámbito informativo en que el relato de *L'Informatiu Comunitat Valenciana* se emite mayoritariamente en la lengua propia, aunque el porcentaje de uso apenas supere el 50 por ciento. Sin embargo, en este caso, la explicación tiene bien poco que ver con razones de acercamiento sociolingüístico. Es en realidad, consecuencia del uso sistemático que la desconexión hace del formato plató para tratar cuestiones judiciales. Prácticamente la mitad de las piezas que la desconexión emite sobre esta materia son *platós*.

Resulta igualmente llamativo el uso del valenciano en las piezas de política. Es el área con mayor uso de la lengua propia tras la de tribunales, aunque su presencia en esta materia no alcanza el 50 por ciento.

En este caso el uso del valenciano viene determinado por su mayor presencia en el ámbito político. Analizado el cuerpo de las noticias, el área política acapara el 62 por ciento del tiempo de uso exclusivo del valenciano o de su uso combinado con el castellano.



Fuente: elaboración propia.

Básicamente, esa cifra la aportan las declaraciones. En el ámbito de la política es mucho más frecuente que en el resto de áreas informativas que los actores elijan expresarse en valenciano. Aunque se trata en todo caso de un porcentaje minoritario del relato.

En el resto de áreas informativas, el uso del valenciano en el cuerpo de las noticias es prácticamente inexistente, y su presencia se limita al material locutado desde plató. Los deportes y los sucesos se mantienen en valores del 40 por ciento, similares a la media global. En economía, el uso baja aún más, hasta algo más del 35 por ciento. Y es sociedad el área donde menor es el uso del valenciano, poco más de un 30 por ciento del relato. Si tenemos en cuenta la multiplicidad de materias que abarca este ámbito informativo, la ausencia de la lengua propia distancia el retrato social que ofrece Aitana del ciudadano.

En resumen, el análisis del uso del valenciano en las diferentes áreas informativas muestra que el relato que ofrece *L'Informatiu Comunitat Valenciana* no se ajusta a esos parámetros de proximidad y de identidad que representan el uso de la lengua propia.

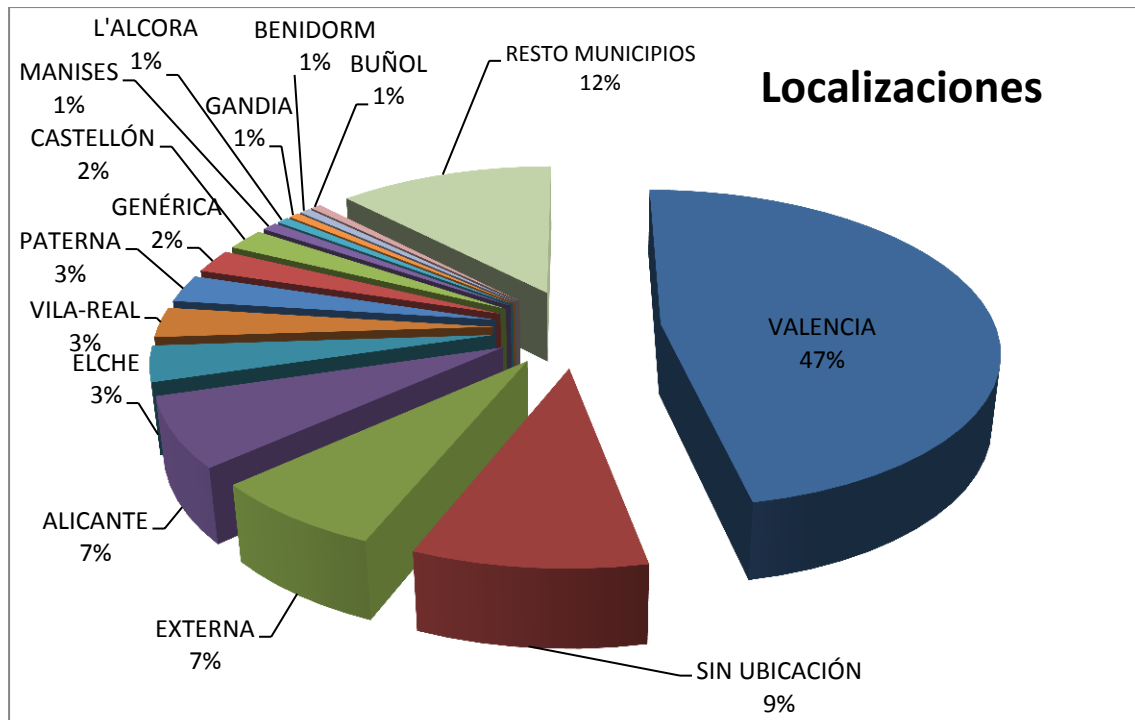
### 8.2.3. *Las localizaciones: un territorio sin reflejo*

«El territorio sólo existe en cuanto percibido y representado por los que lo habitan» (Bailly, 1998). Como se ha expuesto en el primer capítulo de este trabajo, el estudio parte de la geografía cultural que otorga valor de producto cultural al territorio, más allá de su consideración de mero escenario donde la sociedad se desarrolla y elabora sus representaciones simbólicas.

En este sentido vertebrar la información supone dar visibilidad al territorio, darle forma como producto de cultura, como «símbolo metonímico» de la sociedad (Giménez, 1999). El mapa —como explica el profesor Boira en los fundamentos de este estudio— es esencial para la identificación simbólica de cualquier sociedad. Por ello el grado de presencia de cada espacio configurará el constructo cultural del territorio, es decir, la imagen que los ciudadanos tengan de cuál es el mapa de la Comunidad Valenciana.

#### 8.2.3.1. El mapa autonómico en *L'Informatiu Comunitat Valenciana*

Partiendo de la premisa anterior, el mapa que dibuja *L'Informatiu Comunitat Valenciana* refleja, como muestra el gráfico, un territorio inarticulado, desequilibrado, básicamente urbano y restringido en buena medida a la ciudad de Valencia y su área metropolitana.



Fuente: elaboración propia.

El 47 por ciento de la información analizada se localiza en la ciudad de Valencia. Por detrás, como segunda localización, figura Alicante, pero ya sólo con un siete por ciento del relato informativo. La tercera de las capitales de provincia, Castellón, recoge tan sólo un dos por ciento de la narración. Junto a ellas aparecen, con una presencia del tres por ciento, Elche, Vila-real y Paterna. Buñol, Benidorm, Manises, Gandia y L'Alcora reciben un uno por ciento del tiempo de información. Y el resto de municipios presentes está por debajo de ese uno por ciento. Las apariciones puntuales que recoge la categoría *resto de municipios* incluyen piezas ubicadas en otras 112 localidades de la Comunidad.

En total la muestra recoge sólo 122 de los 542 municipios que forman la Comunidad Valenciana.

LOCALIZACIÓN	Nº PIEZAS	DURACIÓN TOTAL (segundos)	%	HH.MM.SS
Valencia	931	58.100	47%	16:08:20
Sin ubicación	175	11.562	9%	3:12:42
Externa	151	8.928	7%	2:28:48
Alicante	114	8.684	7%	2:24:44
Elche	69	4.453	4%	1:14:13
Vila-real	60	3.765	3%	1:02:45
Paterna	56	3.467	3%	0:57:47
Genérica	50	2.990	2%	0:49:50

Castellón	44	2.727	2%	0:45:27
Manises	18	1.090	1%	0:18:10
L'Alcora	15	859	1%	0:14:19
Gandía	10	759	1%	0:12:39
Benidorm	13	751	1%	0:12:31
Buñol	12	744	1%	0:12:24
Benicasim	7	566	0,4%	0:09:26
Sagunto	7	543	0,4%	0:09:03
Cheste	7	508	0,4%	0:08:28
Cortes de Pallás	7	474	0,4%	0:07:54
Alcoy	10	473	0,4%	0:07:53
Dénia	7	431	0,3%	0:07:11
Rafelbunyol	5	367	0,3%	0:06:07
Burjassot	2	330	0,3%	0:05:30
Burriana	4	314	0,3%	0:05:14
Vilamarxant	2	305	0,2%	0:05:05
Requena	3	297	0,2%	0:04:57
Xàtiva	6	280	0,2%	0:04:40
Benagéber	2	257	0,2%	0:04:17
Orihuela	4	255	0,2%	0:04:15
Xirivella	2	252	0,2%	0:04:12
Crevillent	2	245	0,2%	0:04:05
Alaquàs	4	238	0,2%	0:03:58
Segorbe	4	227	0,2%	0:03:47
Ibi	3	223	0,2%	0:03:43
Picassent	4	219	0,2%	0:03:39
Monforte del Cid	2	214	0,2%	0:03:34
Ador	2	202	0,2%	0:03:22
Petrer	2	196	0,2%	0:03:16
Cullera	3	195	0,2%	0:03:15
Oropesa	3	192	0,2%	0:03:12
El Campello	3	190	0,2%	0:03:10
La Jana	1	189	0,2%	0:03:09
Algemesí	2	183	0,1%	0:03:03
Bétera	4	182	0,1%	0:03:02
La Pobla de Vallbona	2	174	0,1%	0:02:54
Santa Pola	2	171	0,1%	0:02:51
Mislata	1	171	0,1%	0:02:51
Alfajar	3	166	0,1%	0:02:46
Riba-roja	3	165	0,1%	0:02:45
Poble Nou de Benitatxell	2	165	0,1%	0:02:45
Vilafamés	2	163	0,1%	0:02:43



Vinaròs	3	154	0,1%	0:02:34
Alzira	4	139	0,1%	0:02:19
El Castell de Guadalest	1	125	0,1%	0:02:05
Puçol	1	124	0,1%	0:02:04
Serra	1	123	0,1%	0:02:03
Moncofa	1	122	0,1%	0:02:02
Carcaixent	3	121	0,1%	0:02:01
Benifaió	1	121	0,1%	0:02:01
Canals	1	116	0,1%	0:01:56
Onil	1	113	0,1%	0:01:53
Carlet	2	112	0,1%	0:01:52
Oliva	1	111	0,1%	0:01:51
Guardamar del Segura	1	110	0,1%	0:01:50
Sedaví	1	109	0,1%	0:01:49
Elda	1	109	0,1%	0:01:49
Orba	1	104	0,1%	0:01:44
Silla	1	103	0,1%	0:01:43
Gilet	2	103	0,1%	0:01:43
Quart de Poblet	1	102	0,1%	0:01:42
Novelda	2	102	0,1%	0:01:42
Monóvar	1	101	0,1%	0:01:41
Caudete de las Fuentes	1	94	0,1%	0:01:34
Alberic	1	92	0,1%	0:01:32
Catarroja	1	90	0,1%	0:01:30
Nules	1	89	0,1%	0:01:29
L,Alfàs del Pi	1	89	0,1%	0:01:29
Onda	2	85	0,1%	0:01:25
El Verger	1	81	0,1%	0:01:21
Dos Aguas	1	81	0,1%	0:01:21
La Pobla de Benifassà	2	80	0,1%	0:01:20
Canet d'En Berenguer	1	77	0,1%	0:01:17
Chelva	1	75	0,1%	0:01:15
Cabanes	1	74	0,1%	0:01:14
Torrent	2	71	0,1%	0:01:11
Sueca	1	67	0,1%	0:01:07
Viver	1	66	0,1%	0:01:06
Morella	2	66	0,1%	0:01:06
Alcalà de Xivert	1	66	0,1%	0:01:06
Paiporta	1	61	0,04%	0:01:01
Pego	1	60	0,04%	0:01:00
Tavernes Blanques	1	58	0,04%	0:00:58
Peñíscola	2	53	0,04%	0:00:53
Millena	1	53	0,04%	0:00:53

Massanassa	2	53	0,04%	0:00:53
Alborache	1	53	0,04%	0:00:53
Penàguila	1	52	0,04%	0:00:52
Alcoleja	1	52	0,04%	0:00:52
Montroy	1	51	0,04%	0:00:51
Beniarrés	1	51	0,04%	0:00:51
Montserrat	1	49	0,04%	0:00:49
Vall d'Alba	1	48	0,04%	0:00:48
Moncada	1	48	0,04%	0:00:48
Javea	1	47	0,04%	0:00:47
Titaguas	1	44	0,04%	0:00:44
Sant Jordi	1	43	0,03%	0:00:43
Borriol	1	43	0,03%	0:00:43
L'Elia	1	42	0,03%	0:00:42
Faura	1	42	0,03%	0:00:42
Utiel	1	41	0,03%	0:00:41
Almassora	1	40	0,03%	0:00:40
Navajas	1	38	0,03%	0:00:38
Albuixech	1	38	0,03%	0:00:38
San Antonio de Benagéber	1	35	0,03%	0:00:35
L'Alcúdia	1	35	0,03%	0:00:35
Cofrentes	1	35	0,03%	0:00:35
Sellent	1	32	0,03%	0:00:32
Massamagrell	1	30	0,02%	0:00:30
Benicarló	1	28	0,02%	0:00:28
Altea	1	26	0,02%	0:00:26
Rugat	1	25	0,02%	0:00:25
Tavernes de la Valldigna	1	24	0,02%	0:00:24
Llíria	1	23	0,02%	0:00:23
La Vall d'Ebo	1	10	0,01%	0:00:10
Lorcha	1	10	0,01%	0:00:10

Fuente: elaboración propia.

En la muestra por tanto están presentes algo menos de la cuarta parte de los municipios de la comunidad autónoma, en concreto el 22,5 por ciento y la mayor parte aparece sólo puntualmente, de manera que su presencia en el relato resulta casi fortuita.

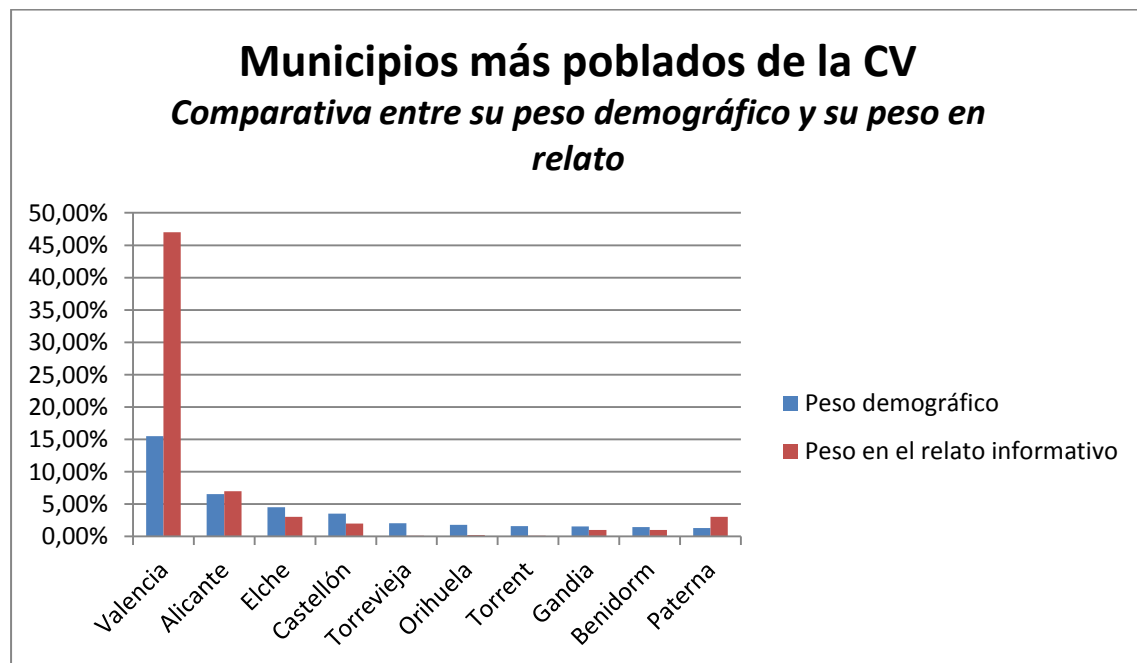
Desde el punto de vista geográfico el relato es extremadamente desproporcionado. Evidentemente no todas las localidades de la Comunidad Valenciana están igualmente pobladas y no todas tienen el mismo peso socioeconómico lo que condiciona en cierta

medida su grado de interés informativo. Aun siendo así, el mapa audiovisual de la Comunidad Valenciana sigue sin ajustarse realmente al territorio autonómico. La siguiente tabla recoge las diez poblaciones con mayor número de habitantes de la Comunidad.

MUNICIPIOS MÁS POBLADOS DE LA CV	Nº DE HABITANTES
<b>Valencia</b>	792.303
<b>Alicante</b>	335.052
<b>Elche</b>	230.224
<b>Castellón de la Plana</b>	180.185
<b>Torreveija</b>	105.205
<b>Orihuela</b>	91.260
<b>Torrent</b>	80.759
<b>Gandia</b>	78.543
<b>Benidorm</b>	73.768
<b>Paterna</b>	67.159

Fuente: www.ive.es (portal estadístico de la gva). Datos de 2013. Últimos datos definitivos en el momento de realizar la búsqueda.

Se trata en todos los casos de poblaciones ubicadas en el litoral de la Comunidad que concentra no sólo los mayores enclaves demográficos sino también el mayor porcentaje de la actividad económica e institucional del territorio autonómico. Sin embargo, su peso no se corresponde, casi en ningún caso, con el mayor o menor nivel de presencia en el relato.



Fuente: elaboración propia.

Gandia, Benidorm o Torrevieja son enclaves turísticos y por tanto económicos de primera magnitud. Todas están entre las diez poblaciones más grandes de la Comunidad, sin embargo su peso en el relato no corresponde en absoluto con esos hechos. Orihuela o Torrent, pese a su peso demográfico, apenas tienen presencia en la muestra. En cambio, Paterna —municipio donde entrena el Valencia CF— tiene una presencia muy por encima de su peso demográfico y económico. Con todo, la diferencia más llamativa es obviamente la de la ciudad de Valencia. En la capital se localizan la mayor parte de noticias que emite *L'Informatiu*, incluso aquellas que no tienen en la ciudad de Valencia su principal escenario. El presidente de Cruz Roja explica cómo se abordó la cobertura del proyecto al que en 2014 iba dedicado el *Día de la banderita*:

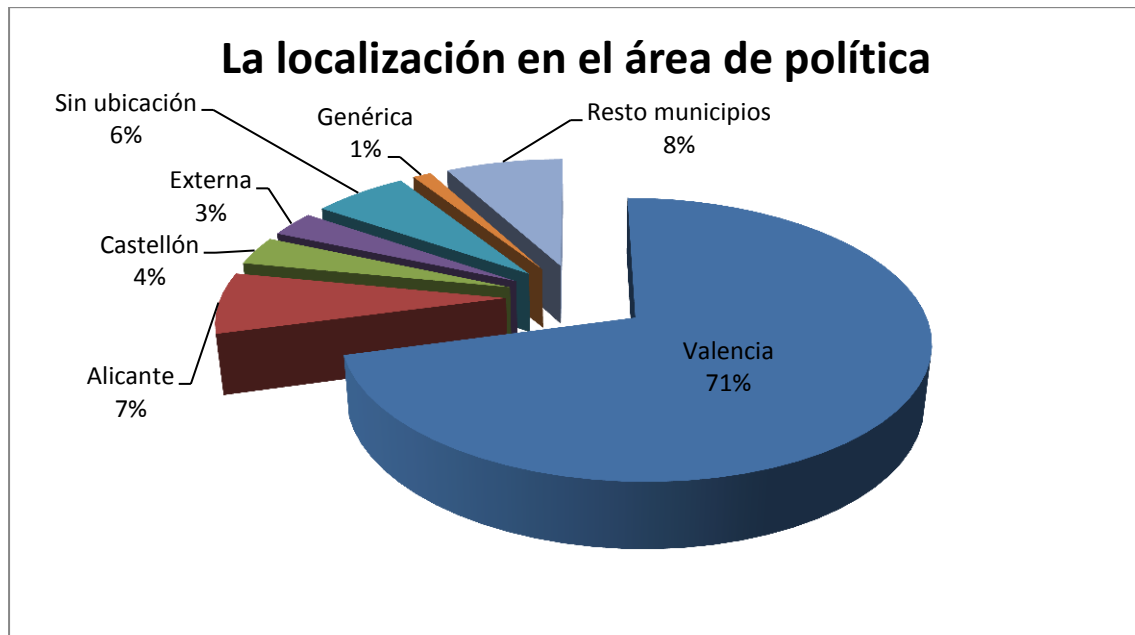
Este año fue complicadísimo conseguirlo. Hubo que pactar con Televisión Española: una tarde y tenía que ser Valencia capital o su área metropolitana. Pero este proyecto tiene mucha más envergadura en otras localidades. En Oliva, por ejemplo, está más implantado. O en Castellón o Burriana. La provincia de Alicante también es muy activa para Cruz Roja. Pero en este momento tiene que ser Valencia capital, o nada. De otro modo no se graban los temas (Fernando del Rosario. Entrevista 6).

La razón es clara: los medios con que cuenta Televisión Española en la Comunidad son limitados, de manera que, como se ha expuesto, grabar en la ciudad de Valencia, junto a la sede de Aitana, facilita la cobertura de las noticias. Desplazar equipos por el resto del territorio condiciona demasiado la disponibilidad de recursos.

Por este motivo, las noticias que se localizan en la ciudad de Valencia o su área metropolitana tienen muchas más posibilidades de recibir cobertura. Por la misma razón, cuando *L'Informatiu Comunitat Valenciana* emite noticias que se refieren a todo el territorio autonómico, es muy frecuente que la noticia se grave y se localice sólo en la ciudad de Valencia. Por último, la mayor presencia de la capital en la desconexión responde también al hecho de que en Valencia se concentra la mayor parte de la información institucional y el grueso de la actividad política y administrativa.

Todo ello hace que esa desproporción en la presencia de las diferentes localidades de la Comunidad se repita en buena parte de las áreas informativas. Aunque no en todos los ámbitos es igual de llamativa.

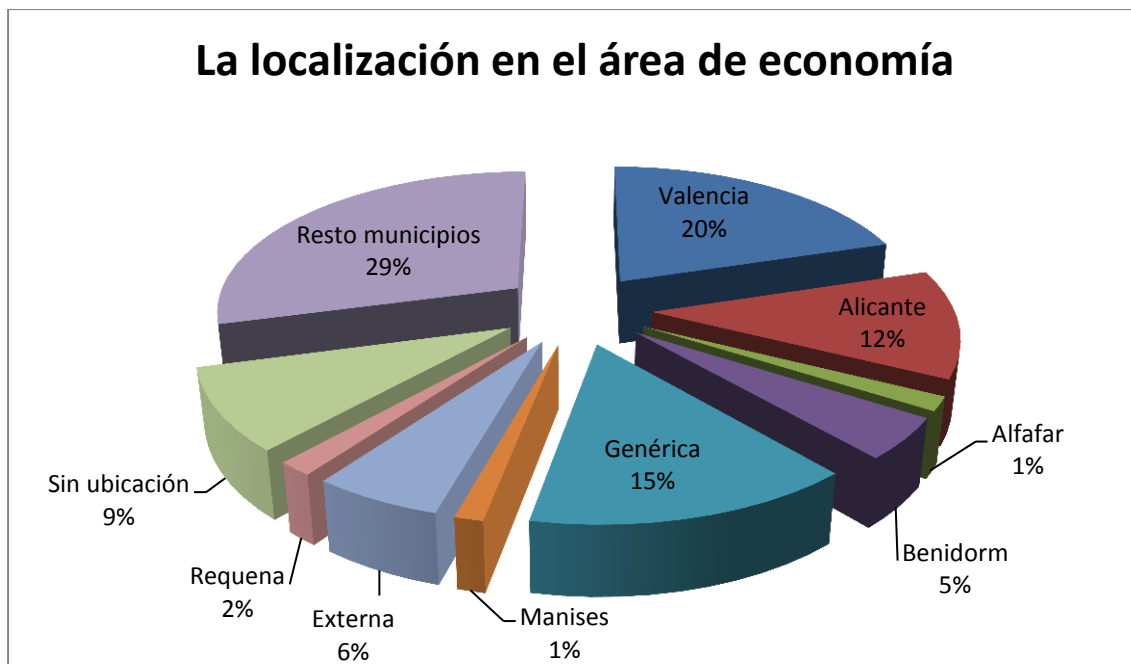
La política es el área donde más rotunda resulta dicha desproporción. Casi las tres cuartas partes del relato se localizan en la ciudad de Valencia. Esto se debe a que, como ya se ha expuesto, los asuntos de política tratados son, fundamentalmente, de ámbito autonómico y tanto las sedes autonómicas de los partidos, como las principales instituciones se localizan en la capital administrativa de la Comunidad.



Fuente: elaboración propia.

Alicante y Castellón mantienen su nivel de presencia en la media global, incluso en el caso de Castellón es algo superior en esta materia. Pero la presencia del resto de municipios, 539, tiene un carácter tan residual que prácticamente son inexistentes en el retrato que se hace de la política valenciana. De hecho, es mayor el porcentaje de tiempo dedicado a informaciones localizadas fuera de la Comunidad o no localizadas que el que se dedica a esas más de 500 poblaciones.

La información económica es quizás una de las más equilibradas, geográficamente hablando. Los porcentajes de presencia de las diferentes poblaciones se ajustan bastante a su peso medio aunque el número de escenarios presentes resulta, como en el resto de áreas, muy limitado.



Fuente: elaboración propia.

En la ciudad de Valencia se localizan el 20 por ciento de las informaciones económicas de la muestra y un 12 por ciento tienen como escenario Alicante. El resto de municipios presentes en la muestra se reparten el 38 por ciento de la información económica. El último 30 por ciento del tiempo de economía corresponde a informaciones sin localización, con una localización genérica o ubicadas fuera de la Comunidad.

En este ámbito es interesante diferenciar las coberturas en virtud de los diferentes asuntos. La poca información macroeconómica que se aporta tiene una localización genérica o está ubicada en la ciudad de Valencia o fuera de la Comunidad. En el caso de la información agraria la presencia de la ciudad de Valencia decrece, y aumenta, aunque no demasiado, la de otras localidades como Requena, Cheste o Sagunto. Excepción hecha de estos municipios, el mayor porcentaje de tiempo dedicado a la información agrícola tiene una localización indefinida. Hace referencia a toda la Comunidad o a una parte pero no concreta dónde se graba de tal modo que la información resulta distante y poco específica.

En el ámbito de la información turística, la escasez de localizaciones resulta especialmente significativa. Benidorm, por ejemplo, pese a su condición de icono del turismo de costa sólo protagoniza un cinco por ciento de las noticias económicas analizadas. Sin embargo, ese cinco por ciento supone casi la mitad de la información turística incluida en la muestra. El resto de municipios turísticos de la Comunidad sólo

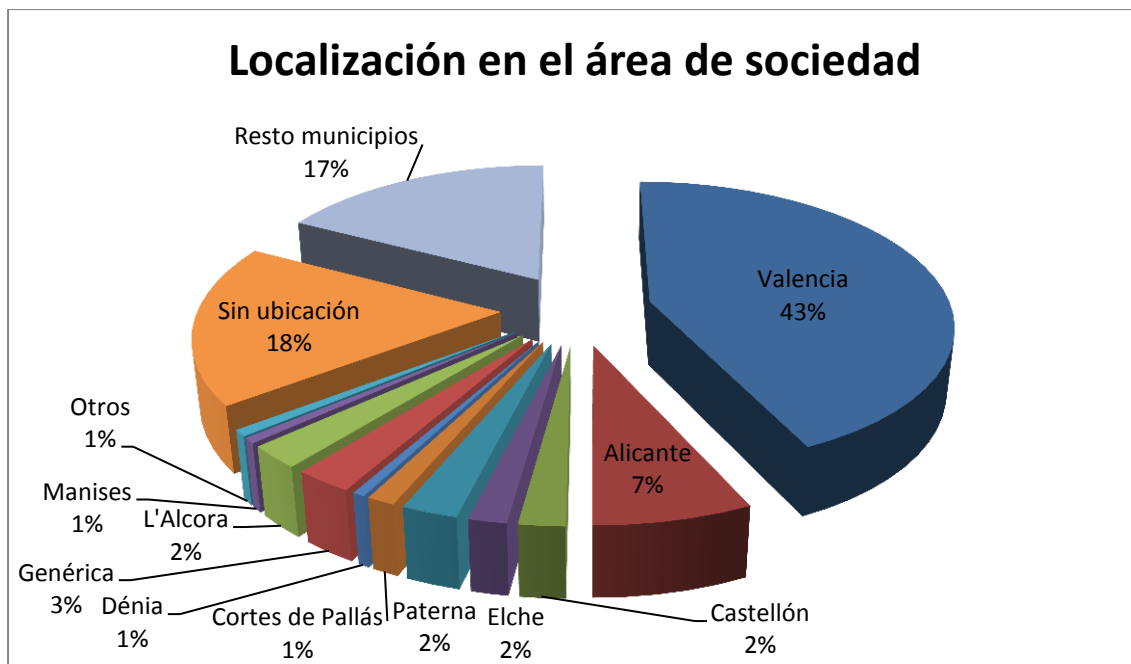
aparecen esporádicamente en el relato, de tal modo que una Comunidad con industria turística de norte a sur y de este a oeste queda limitada al tópico.

El ítem *resto de municipios* recoge otras 15 localidades de la Comunidad que han aparecido en sólo una ocasión como escenario de una noticia económica y que por tanto reciben una cobertura sólo puntual sin valor de seguimiento.

Pese a que el tiempo de información económica está mucho más repartido por toda la Comunidad que la de otras áreas, el número de municipios presentes en la muestra es muy reducido. Sólo 20 poblaciones de las 542 que forman la Comunidad aparecen recogidas en el área económica.

Entre las ausencias, llama especialmente la atención la de Castellón. Ninguna pieza económica se localiza en la capital de la provincia. Pese a contar con el segundo puerto comercial de la Comunidad y tener una importante actividad turística e industrial no recibe ninguna atención informativa de ámbito económico. Tampoco aparecen en ninguna pieza de la muestra los tres municipios del conocido como «triángulo azulejero». Ni Vila-real, ni Nules ni L'Alcora protagonizan ninguna información económica pese a concentrar el 95 por ciento de la producción azulejera española. Tampoco está presente en la muestra Almussafes que concentra la industria del automóvil de la Comunidad, el sector con más peso en el PIB autonómico.

En el área de sociedad, de nuevo la preeminencia de la ciudad de Valencia destaca como dato más llamativo. La mayor parte de poblaciones de la Comunidad quedan una vez más fuera del relato.



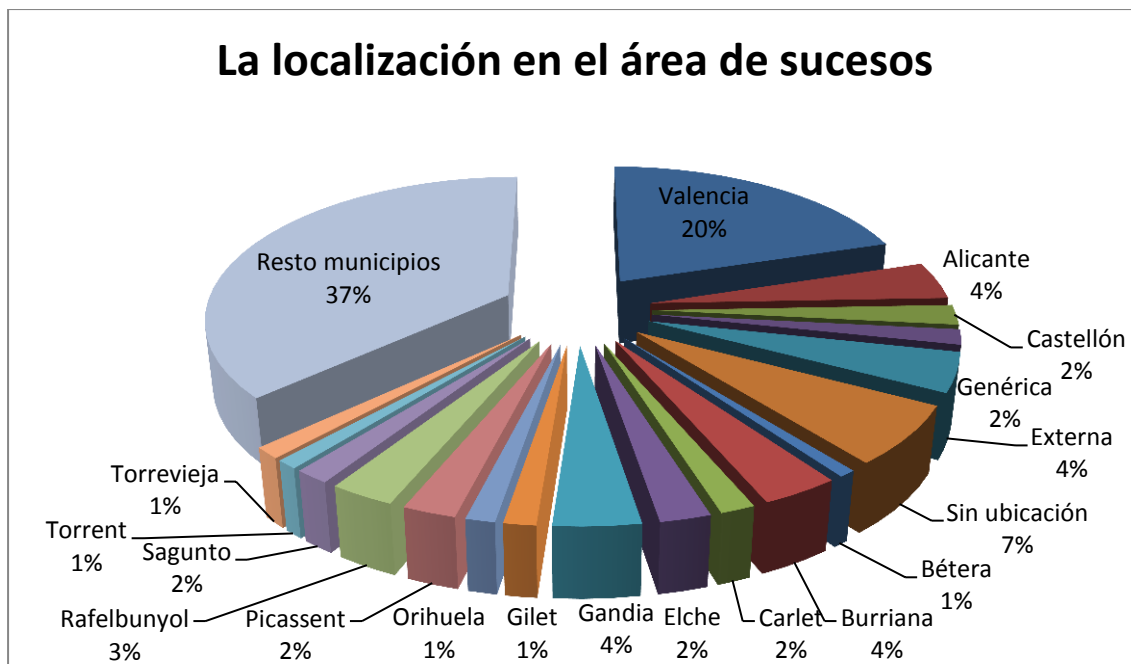
Fuente: elaboración propia.

La ciudad de Valencia, con un 43 por ciento del tiempo de información social analizado, es el escenario principal de las noticias emitidas en el área de sociedad. Le sigue muy de lejos Alicante, donde se localizan el siete por ciento de las informaciones de esta área. Los demás municipios presentes en la muestra están por debajo del tres por ciento del tiempo de información. En Castellón, Elche, L'Alcora y Paterna se localizan apenas un dos por ciento de las noticias de sociedad. Con un uno por ciento figuran Manises, Dénia y Cortes de Pallás. En el resto de localidades con presencia los porcentajes de aparición están por debajo de ese uno por ciento. De hecho, el ítem *resto de municipios* engloba en este caso 47 localidades de la Comunidad que aparecen en una ocasión (38 pueblos) o a lo sumo en dos (9 localidades) a lo largo del periodo de la muestra.

En general, porcentajes de presencia tan bajos corresponden a informaciones de alcance sin seguimiento de los asuntos recogidos y dejan por tanto la visibilidad de buena parte de los municipios de la Comunidad a merced de la aparición de noticias puntuales.

El área de sucesos es con diferencia la que ofrece una información geográficamente más repartida. Hasta 50 localidades tienen presencia en la muestra.



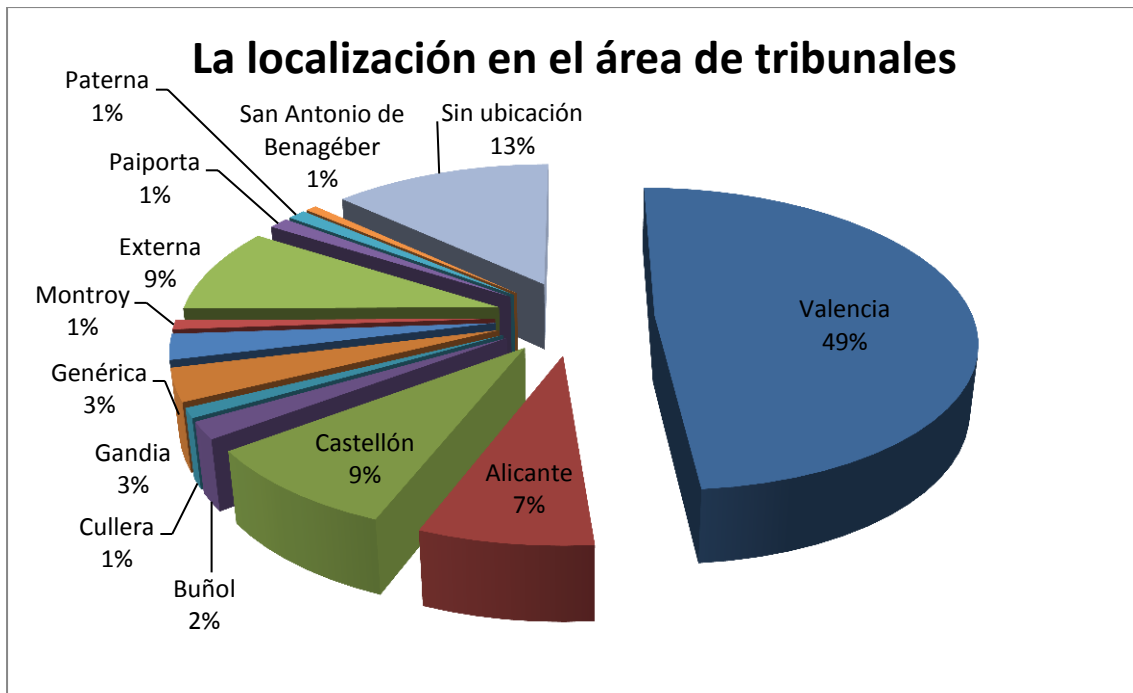


Fuente: elaboración propia.

El 20 por ciento de la información se ubica en la ciudad de Valencia lo que supera con mucho la presencia de cualquier otro municipio. Sin embargo esta diferencia es menos desproporcionada que en el resto de áreas informativas. Otras catorce poblaciones reúnen entre el uno y el cuatro por ciento del tiempo de sucesos. El ítem *resto de municipios* agrupa en este caso a 37 pueblos que sólo aparecen en un informativo de la muestra.

Es sin duda el área donde la localización está más repartida. Aunque al mismo tiempo se limita a la información puntual de alcance sin hacer en la mayor parte de casos, el menor seguimiento del hecho noticioso. Con esa premisa, sólo los sucesos que resultan especialmente llamativos, tienen cabida en el relato. Y por ello la información se caracteriza por una tremenda dispersión geográfica que rara vez repite ubicación.

En el área de tribunales se repite la prevalencia de la localización en la capital. En esta área de nuevo el porcentaje de tiempo llega casi al 50 por ciento. Se da porque, como ya se ha explicado en este estudio, son los grandes asuntos, sobre todo de corrupción, los que llegan al relato y éstos tienen como escenario mayoritariamente la Ciudad de la Justicia o el Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Valenciana.

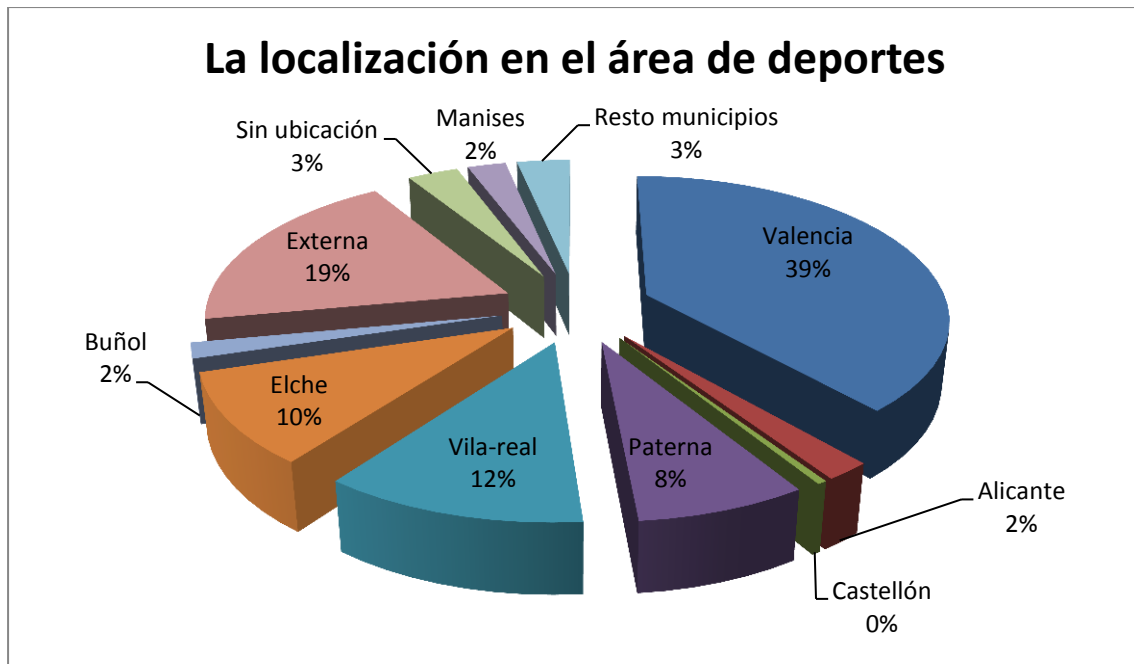


Fuente: elaboración propia.

En general, de hecho, el área de tribunales es una de las que hace visibles menos localidades de la Comunidad. La muestra la componen tan sólo 10 municipios. Las noticias que aparecen sin ubicación son en cambio bastante abundantes, suponen el 13 por ciento del tiempo de tribunales. Un nueve por ciento de la información se localiza fuera de la Comunidad y el tres por ciento se refiere a una ubicación genérica sin concretar un punto del territorio autonómico.

En el área de deportes, la ciudad de Valencia comparte protagonismo con las sedes del resto de equipos de fútbol de primera división. En cuanto a las otras dos capitales de provincia, Alicante sólo recoge un dos por ciento del relato, y Castellón ni siquiera alcanza el uno por ciento de presencia. Su participación en el relato analizado se limita a 138 segundos de información sobre atletismo emitidos el 3 de agosto de 2015.

El siguiente gráfico recoge la distribución espacial de la información deportiva:



Fuente: elaboración propia.

El tiempo de los deportes se lo reparten de manera más o menos equitativa las sedes del Valencia Club de Fútbol, Levante Unión Deportiva, Club de Fútbol Villarreal y Elche Club de Fútbol, es decir los equipos valencianos de fútbol de primera división o aquellas localidades, como Paterna y Buñol, que cuentan con instalaciones de esos equipos. El resto, incluidas Alicante y Castellón, apenas tiene presencia en el relato. El ítem *resto de municipios* incluye diez localidades que aparecen una sola vez en la muestra. Pero Castellón, por ejemplo, sólo aparece dos. Las noticias con localización externa acostumbran también a referirse a los equipos de primera, de manera que indirectamente, este ítem habría que repartirlo entre Elche, Vila-real y Valencia.

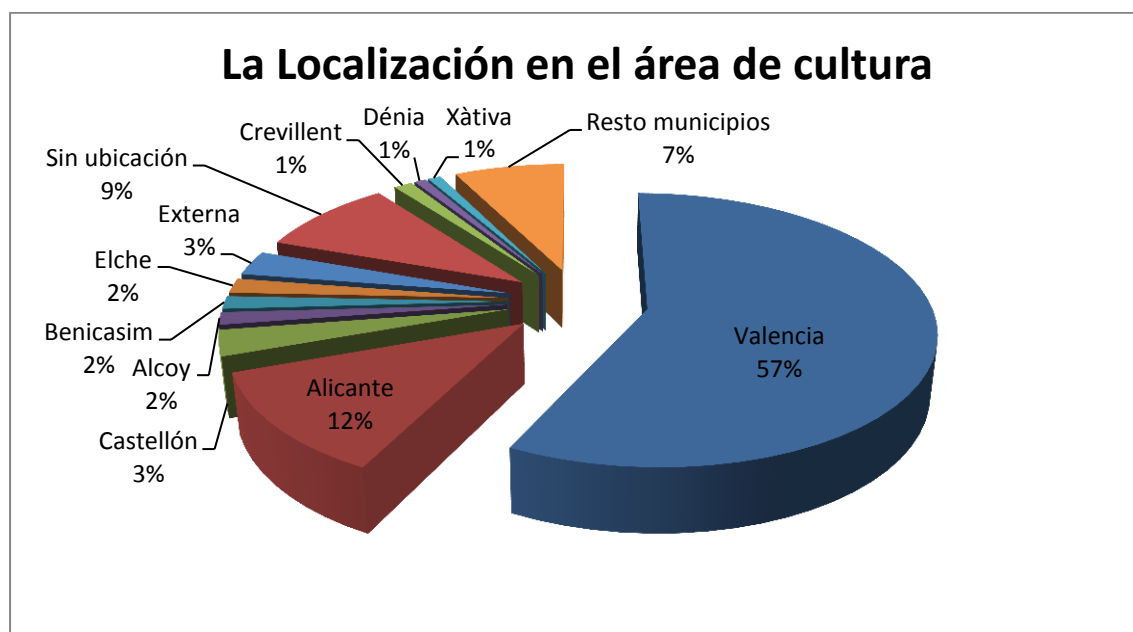
En el caso de la ciudad de Valencia el porcentaje de presencia es mayor que el resto (39 por ciento) pero hay que tener en cuenta que en esta ciudad se localizan el Valencia CF, el Levante UD y el Valencia Basket. Destaca igualmente la presencia de Paterna y Buñol. En estas dos localidades no hay equipo de fútbol de primera división pero allí se ubican las ciudades deportivas del Valencia y el Levante respectivamente. Manises también está presente, sin embargo su participación se limita, en todo caso, a imágenes del aeropuerto.

El resto de referentes deportivos notables para la Comunidad no tienen sin embargo reflejo en el mapa deportivo de *L'Informatiu Comunitat Valenciana*. Un ejemplo llamativo de este hecho es la escasísima presencia de la localidad de Cheste, que cuenta con uno de los grandes circuitos de motociclismo del país y cierra el Campeonato del

Mundo con su Gran Premio. En la muestra analizada eso queda reducido a 346 segundos. El hecho de que sistemáticamente el gran premio de Cheste se celebre en fin de semana repercute negativamente en su cobertura. No obstante, el seguimiento de los equipos de fútbol no se ve afectado por esta circunstancia. De hecho, el delegado de RTVE en la Comunidad reconoce que la cobertura de los partidos de primera división obliga a reforzar los turnos de guardia de fin de semana. El objetivo es nutrir los espacios deportivos de la emisión nacional.

La buena temporada realizada por el Valencia Basket durante 2014 repercute positivamente en la cobertura de este deporte, de este equipo, más bien, no obstante, desde el punto de vista de la vertebración, sólo refuerza la presencia desproporcionada de la ciudad de Valencia.

En el ámbito de la cultura, de nuevo la ciudad de Valencia soporta el grueso de la información, un 57 por ciento. Alicante, con un 12 por ciento, es la única población que tiene un cierto seguimiento cultural, aunque minoritario. El resto, como muestra la gráfica, son coberturas episódicas sin relevancia en el relato y, desde luego, sin carácter de seguimiento. El ítem *resto de municipios* incluye 17 localidades que sólo aparecen en una ocasión en la muestra.



Fuente: elaboración propia.

La distribución que muestra la gráfica hace imposible que se dé una cobertura eficaz de las propuestas culturales de la Comunidad Valenciana. Pero sobre todo hace inviable el

seguimiento de las fiestas y tradiciones del territorio autonómico. Manifestaciones festivas como la Cabalgata de los Reyes Magos de Alcoy o la venida de la Virgen de Elche siguen teniendo seguimiento local o a lo sumo comarcal pero han desaparecido para el resto de la Comunidad.

Cuando la muestra sólo incluye 26 de las 542 localidades de la Comunidad, difícilmente se puede hablar de seguimiento en ningún caso. La información festiva tiene un importante componente vertebrador del territorio. Sin embargo, el nivel de cobertura y el tipo de tratamiento, episódico, de carácter casi anecdótico, impide que esa capacidad vertebradora se perciba en *L'Informatiu Comunitat Valenciana*.

#### 8.2.3.2. Las delegaciones: visibilidad de las provincias

La cobertura territorial tiene evidentemente mucho que ver con la disponibilidad de medios técnicos y humanos. Ya se ha detallado aquí cuál es dicha disponibilidad para cada una de las tres provincias. El producto que deriva de ella muestra, una vez más, un mapa borroso de buena parte del territorio de la Comunidad Valenciana.

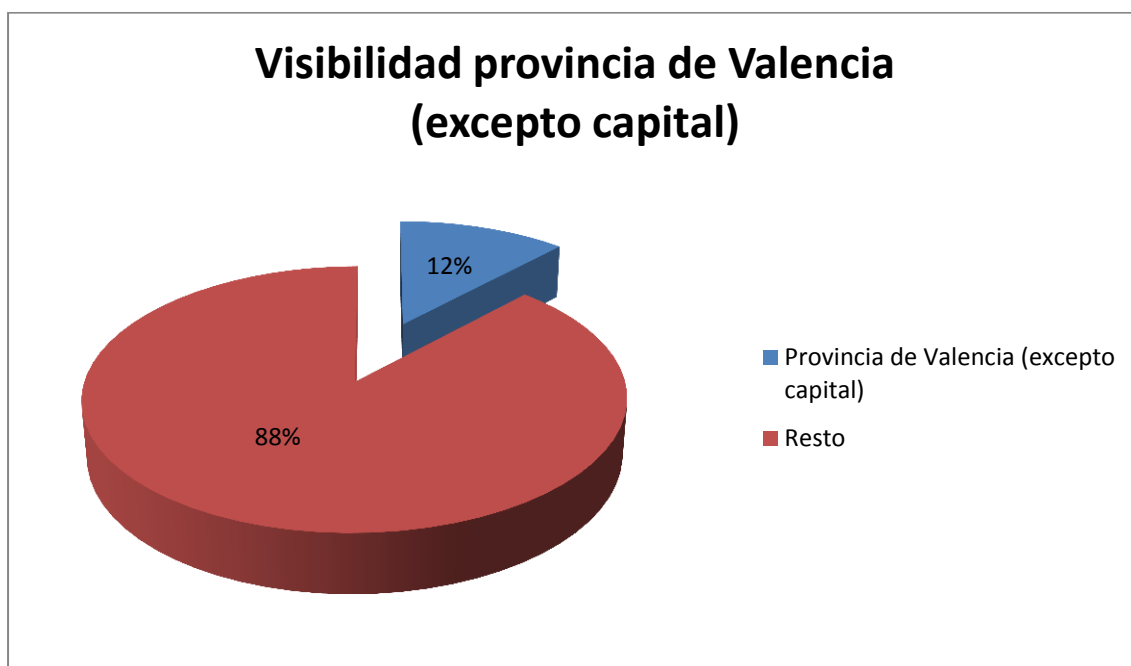


Fuente: elaboración propia. El ítem *Resto* recoge las noticias sin ubicación, las localizadas fuera de la Comunidad Valenciana y las que tienen una localización genérica, que se refiere a la totalidad del territorio autonómico pero no concreta ninguna ubicación.

La provincia de Castellón, con 135 municipios, recibe sólo el ocho por ciento del relato informativo. En la provincia de Alicante, que cuenta con un total de 141 municipios, se

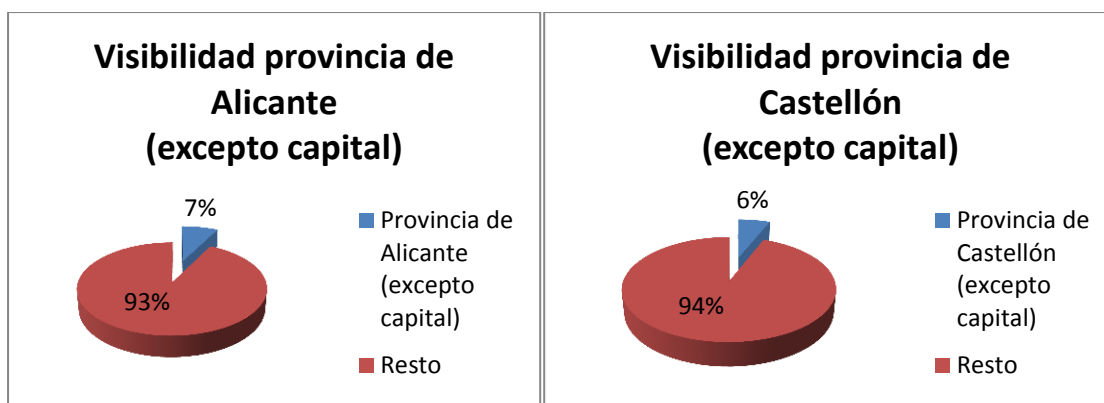
localiza sólo el 14 por ciento del relato. Por último, la provincia de Valencia, con 266 municipios, acumula el 59 por ciento del tiempo de información.

Podría parecer que la visibilidad de la provincia de Valencia es ostensiblemente superior a la del resto de provincias. Sin embargo, si a ese 59 por ciento del tiempo de cobertura se le retira la que acumula la ciudad de Valencia, el resto de la provincia no es tan visible como pudiera parecer. Muy al contrario, como muestra a continuación la figura, su visibilidad se reduce hasta el 12 por ciento. Queda apenas en la cuarta parte.



Fuente: elaboración propia.

Si la misma operación se realiza con las provincias de Alicante o Castellón, el resultado varía pero no en la misma proporción.



Fuente: elaboración propia

Fuente: elaboración propia.

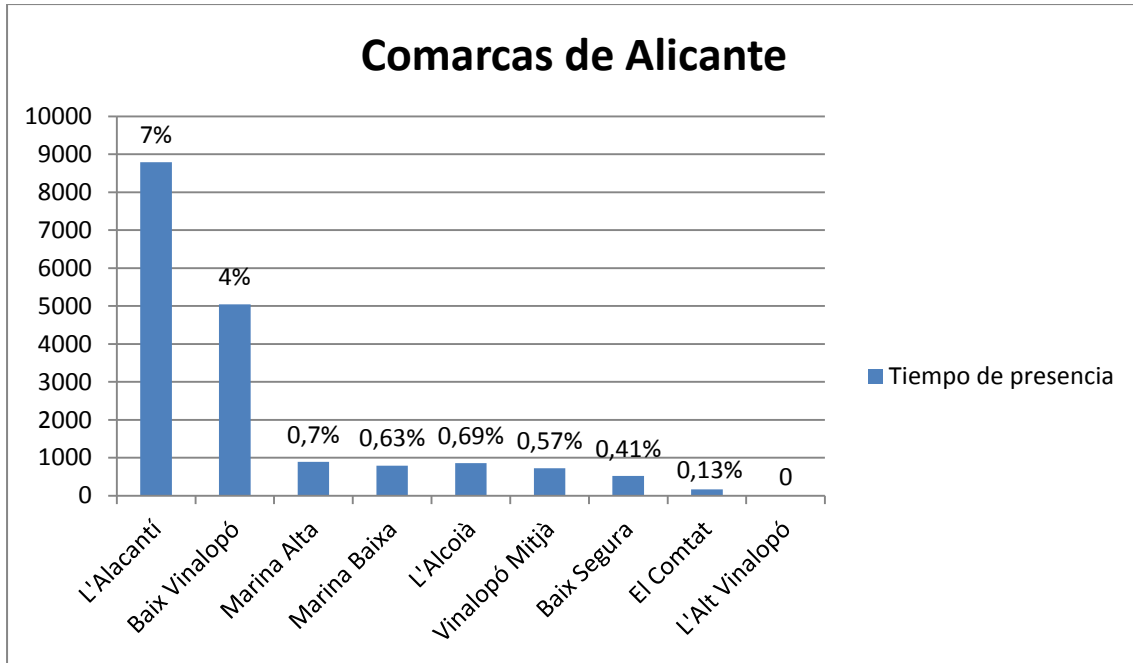
En el caso de Alicante, el porcentaje de presencia pasa del catorce al siete por ciento, se reduce por tanto a la mitad. En el caso de Castellón, sin embargo, el cambio es mucho menos notorio. Del ocho por ciento pasa al seis. Curiosamente, ambas provincias acercan su nivel de visibilidad cuando se elimina el peso de la capital. Y la provincia de Valencia queda en parámetros similares a las otras dos.

En todo caso, las figuras evidencian sobre todo que el peso del relato lo llevan los grandes núcleos urbanos. De modo que el componente vertebrador es casi nulo.

#### 8.2.3.3. El mapa de las comarcas: trabajar sin corresponsalías

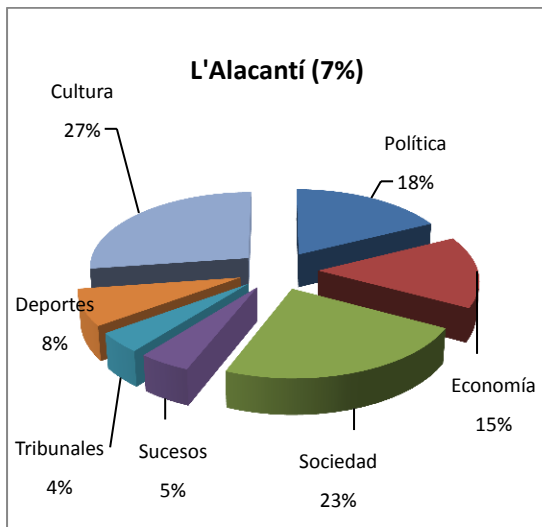
Televisión Española en la Comunidad Valenciana depende sólo de sus propios medios en la redacción de Valencia y en las delegaciones de Alicante y Castellón. No cuenta, ya se ha detallado en este estudio, con ningún tipo de corresponsalías comarcales. Esto obviamente, repercute en el nivel de visibilidad de las diferentes comarcas. A más alejadas de las capitales de provincia, más compleja es la cobertura de cualquier asunto informativo y por tanto mayor ha de ser la envergadura de la noticia para que tenga reflejo en el relato. Cinco de las 33 comarcas que forman la Comunidad Valenciana no aparecen a lo largo de la muestra de análisis y otras 22 tienen una presencia tan residual (1 por ciento o menor) que prácticamente resultan invisibles.

La provincia de Alicante la componen nueve comarcas: El Comtat, L'Alcoià, L'Alt Vinalopó, El Vinalopó Mitjà, El Baix Vinalopó, La Marina Alta, La Marina Baixa, L'Alacantí y El Baix Segura. Sólo ocho de ellas encuentran reflejo en la muestra de análisis. L'Alt Vinalopó no aparece en la muestra. Y la presencia del resto no es en absoluto equilibrada.

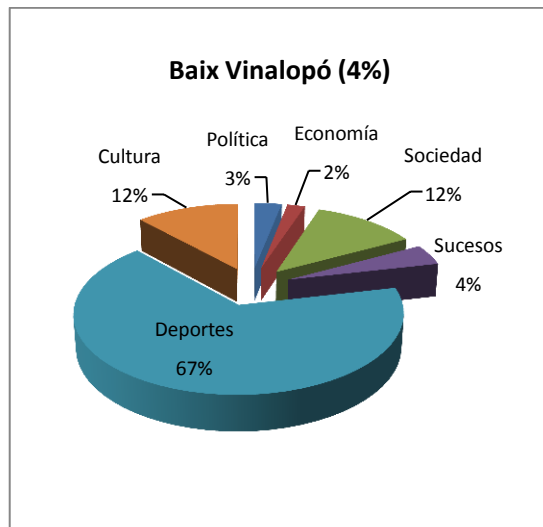


Fuente: elaboración propia.

L'Alacantí, comarca a la que pertenece Alicante, se lleva buena parte de la atención. El Baix Vinalopó, cuya capital es Elche, es la otra gran presencia alicantina, sobre todo por la cobertura de los deportes, y más concretamente por el seguimiento del Elche CF.



Fuente: elaboración propia.



Fuente: elaboración propia.

La comarca de L'Alacantí concentra en diez municipios casi medio millón de habitantes<sup>68</sup>. Es la más poblada de la provincia de Alicante y la que acoge la capital administrativa. Por ello, y porque es sede de la delegación de RTVE en la provincia, su cobertura alcanza el siete por ciento (muy lejos desde luego de la que recibe Valencia) y

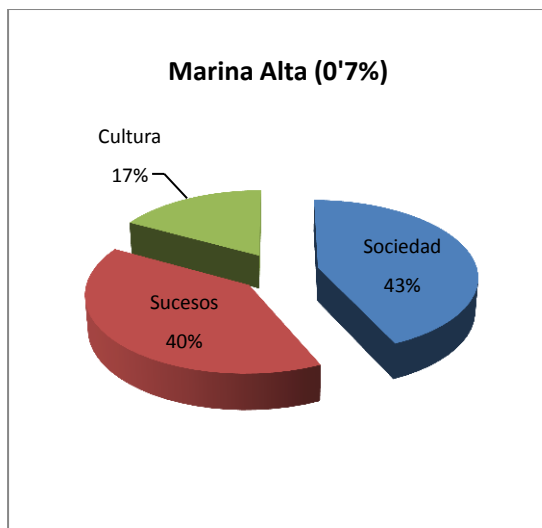
<sup>68</sup> Los datos demográficos y administrativos aportados corresponden a 2013 (último año para el que existen datos definitivos en el momento de redactar este estudio). Se extraen de <http://www.argos.gva.es>, en descarga realizada el 16/05/2014.



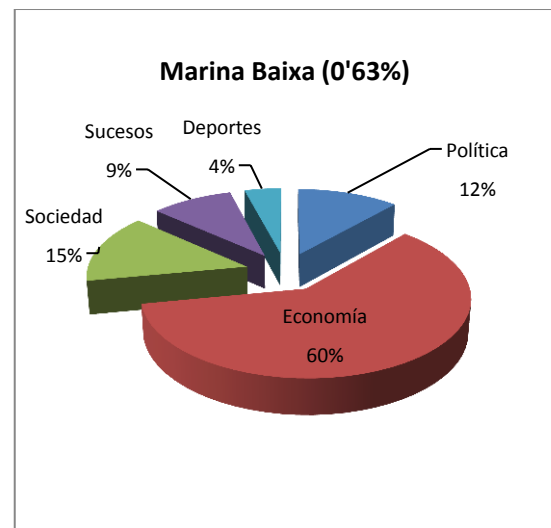
se extiende a todas las áreas informativas. Aun así, es de destacar la escasa presencia de información deportiva —no tiene equipo de fútbol en primera división— y el notable peso de la información cultural, que además en este caso no se refiere a tradiciones y fiestas populares sino a propuestas artísticas que sirven a Televisión Española como piezas de cierre del informativo territorial.

En el caso del Baix Vinalopó, la comarca la forman sólo tres municipios. Aunque concentra, por el peso de Elche, casi 300.000 habitantes, es la comarca más reducida<sup>69</sup> de la Comunidad y sin embargo su seguimiento llega hasta el cuatro por ciento. Es uno de los más altos de la provincia de Alicante, no obstante dicha cobertura precisa matización porque se concentra en el seguimiento del Elche CF. De hecho, la muestra recoge en esta comarca siete piezas de cultura y sociedad, cinco de sucesos, dos de política, una de economía y 40 de deportes —todas localizadas en Elche—, más otras cinco en que comparte vídeo con las demás sedes de equipos de primera división. El contraste es rotundo y cambia por completo el valor vertebrador de ese cuatro por ciento de seguimiento.

El resto de comarcas tienen una presencia ostensiblemente menor. Pese a tener algunas de ellas notable peso socioeconómico, ninguna alcanza el uno por ciento de presencia en el relato informativo.



Fuente: elaboración propia



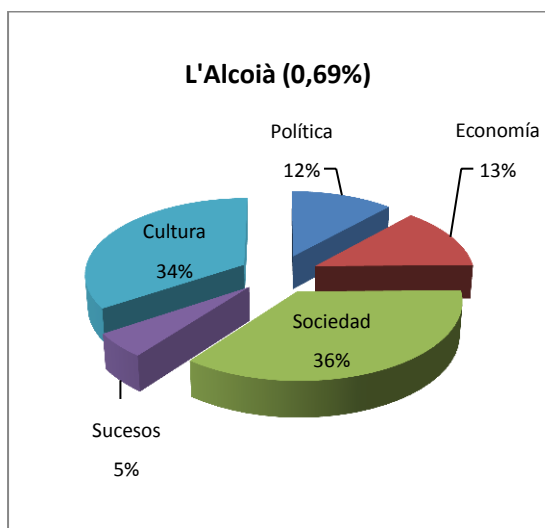
Fuente: elaboración propia.

<sup>69</sup> En número de poblaciones.

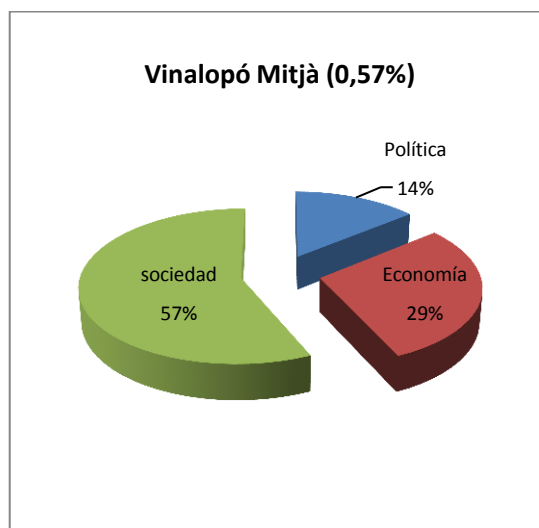
La Marina Alta, por ejemplo, engloba 33 municipios y más de 200.000 habitantes. Es un enclave turístico importante y cuenta con al menos un puerto pesquero y deportivo de notable actividad. Su presencia, del 0,7 por ciento, se restringe al ámbito de los sucesos (varios accidentes y un caso grave de violencia doméstica) y a la cobertura de información meteorológica (esta es una de las zonas con mayor riesgo de lluvias torrenciales en los episodios de temporales o gotas frías).

En el caso de la Marina Baixa, la comarca engloba 18 municipios y casi 200.000 habitantes. Pero la cobertura se centra casi exclusivamente en Benidorm y en la información turística. La condición de icono del turismo autonómico elimina cualquier otro asunto de interés en el relato. Aun así, su presencia se limita a un 0,63 por ciento.

En esos mismos niveles residuales se mueven L'Alcoià o el Vinalopó Mitjà.



Fuente: elaboración propia



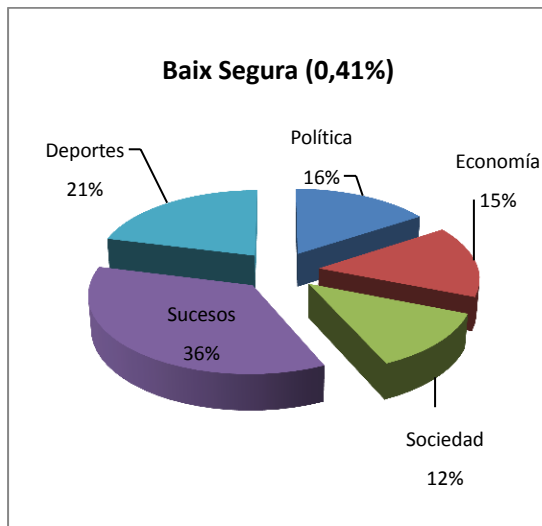
Fuente: elaboración propia.

L'Alcoià reúne ocho municipios y más de 100.000 habitantes. Es el epicentro de la industria juguetera española y cuenta además con una importantísima industria textil y grandes extensiones de cultivos de secano, básicamente almendros y viñas. Su participación en el relato informativo se reduce a un 0,69 por ciento y el peso de la información económica es residual. En cuanto al ámbito de la cultura, se circunscribe a la ciudad de Alcoy. La muestra incluye varias piezas sobre las fiestas de moros y cristianos de esta localidad. Son platós y pastillas (excepción hecha de una breve conexión en directo). De hecho, el propio delegado de Televisión Española en la Comunidad destaca esta circunstancia: «no las podemos atender. Yo no he podido hacer moros y cristianos más que un par de días con conexiones en directo en programas y en Telediario» (Javier

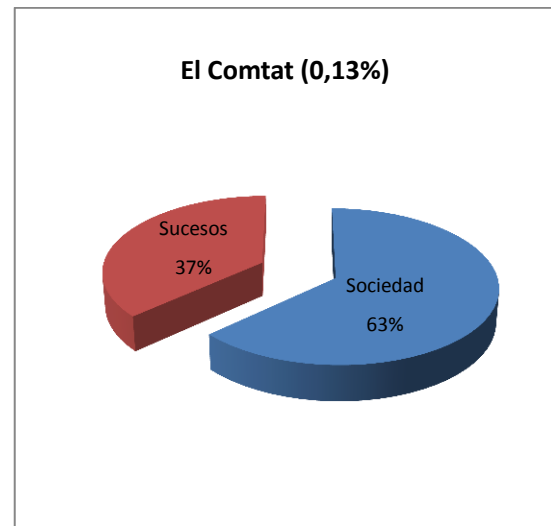
Gomar. Entrevista 21). No hay ninguna referencia para las fiestas del resto de municipios y ninguna propuesta cultural de la comarca tiene reflejo en el relato.

En cuanto al Vinalopó Mitjà, la comarca cuenta con 11 municipios y 172.000 habitantes. Es una comarca de interior, básicamente industrial y agrícola. Con una importante industria del calzado y el grueso de la industria de transformación del mármol, el Vinalopó Mitjà ha acusado especialmente la crisis económica. Pero también los graves episodios de sequía extrema durante los años de la muestra. No obstante, todas estas estas circunstancias han tenido escaso reflejo en el relato informativo. La presencia de esta comarca es de un 0,57 por ciento, y sólo aparecen cinco de sus 11 municipios.

Por último, El Comtat, en el interior norte de la provincia de Alicante, está formado por 24 municipios pero apenas reúne 28.000 habitantes. Sólo Cocentaina supera en esta comarca los 10.000, y sin embargo no aparece en la muestra. El resto son poblaciones reducidas, en su mayor parte de menos de 1.000 habitantes. Esta comarca, con un 0,13 por ciento, es un buen ejemplo del ámbito (comarcas de interior poco pobladas) que más ha notado la pérdida de relato de proximidad. Sólo un accidente de tráfico, un caso de violencia, las restricciones de agua por la sequía en Millena y la pérdida del único cajero automático de Alcoleja la sitúan en la narración informativa.



Fuente: elaboración propia

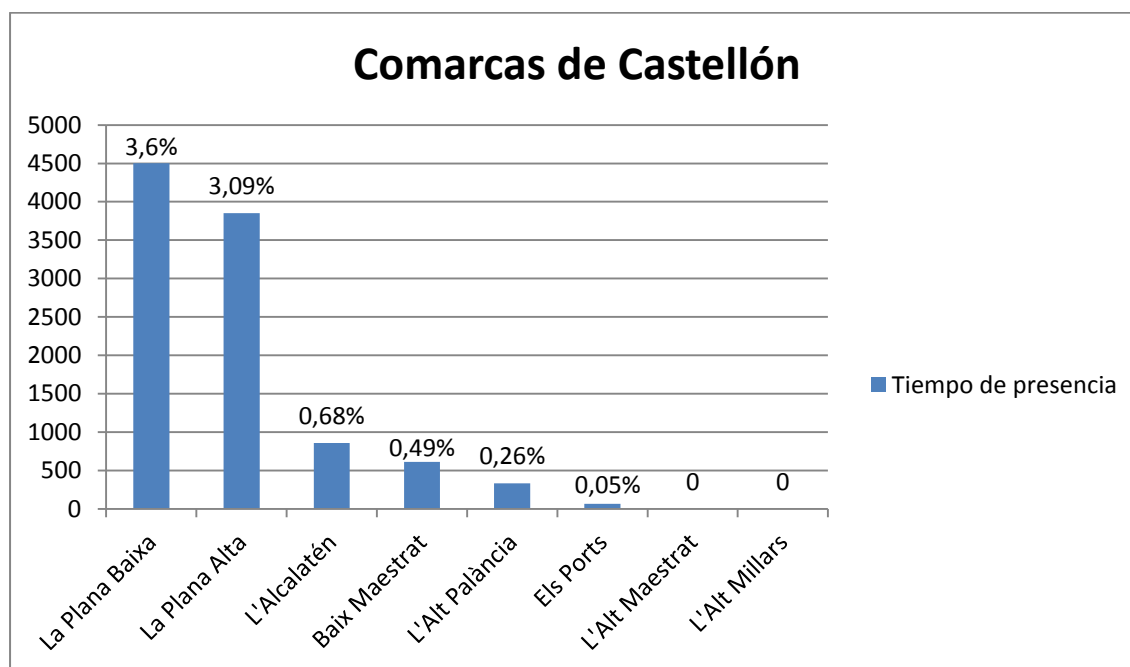


Fuente: elaboración propia.

L'Alt Vinalopó, con siete municipios y 53.000 habitantes, no aparece en la muestra de análisis. Se trata de una comarca de interior, no demasiado poblada, sin embargo, sólo su

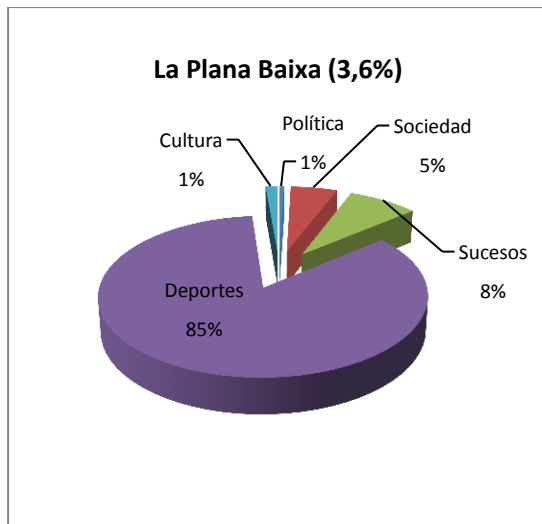
capital, Villena, ya supera los 34.000 habitantes y concentra la mayor parte de la actividad económica de la comarca, con una considerable industria agroalimentaria, textil y del calzado. Cinco de los seis municipios restantes tienen más de 1.000 habitantes. Con todo, la presencia cero en la muestra convierte a la comarca de L'Alt Vinalopó en invisible.

La provincia de Castellón es la que cuenta con menos municipios y menos comarcas. En concreto son ocho las comarcas que la componen: Els Ports, L'Alt Maestrat, El Baix Maestrat, L'Alcalatén, L'Alt Millars, La Plana Alta, La Plana Baixa y L'Alt Palància. De éstas, sólo seis tienen presencia en la muestra. Evidentemente se trata de una presencia muy relativa, teniendo en cuenta que la provincia sólo localiza un ocho por ciento del relato de proximidad. Y de nuevo, como ocurre en el caso de Alicante, la distribución temporal es muy heterogénea.

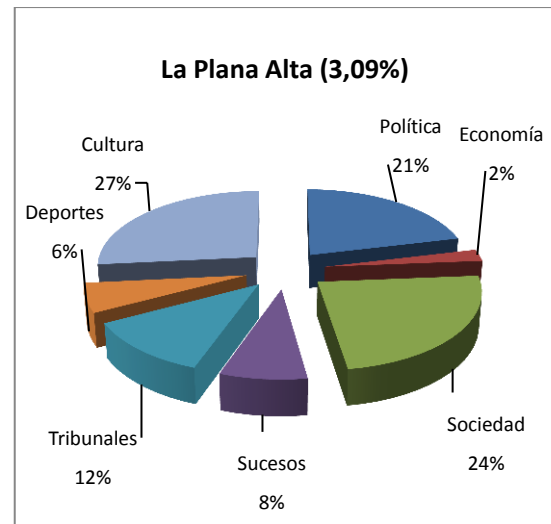


Fuente: elaboración propia.

Castellón, Vila-real y su entorno más cercano, esto es las comarcas de la Plana Alta y la Plana Baixa, acaparan la mayor parte del tiempo dedicado a las comarcas castellonenses. L'Alcalatén, el Baix Maestrat, l'Alt Palància y els Ports, pese a estar presentes en la muestra, lo hacen de manera testimonial y en muchos casos circunscrita tan sólo a alguna de las áreas informativas. L'Alt Millars i L'Alt Maestrat, no aparecen en 34 horas de muestra analizada.



Fuente: elaboración propia



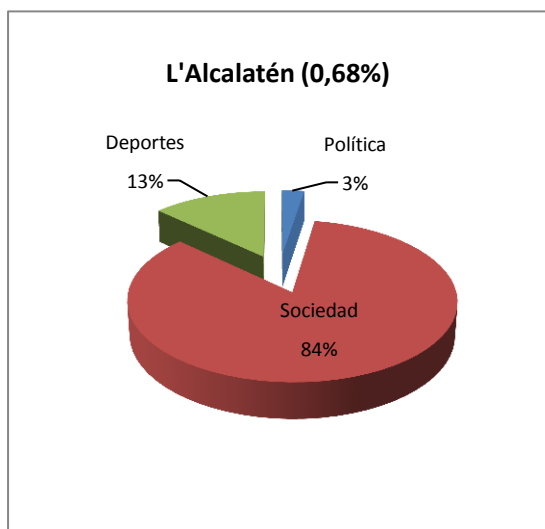
Fuente: elaboración propia.

La Plana Baixa, aunque apenas supera el tres y medio por ciento de visibilidad, es la comarca que más cobertura acumula en la provincia. Con 20 municipios y casi 200.000 habitantes, su presencia en el relato se centra en Vila-real y básicamente en el seguimiento de su equipo de fútbol. En este caso el gráfico es muy contundente. Un 85 por ciento de tiempo de presencia de la comarca se dedica a los deportes, lo que deja poco espacio al resto de ámbitos informativos y sobre todo, al resto de poblaciones. Especialmente significativa es la ausencia total de informaciones del área económica localizadas en esta comarca. La Plana Baixa concentra el mayor núcleo de industria cerámica de España y es una de las comarcas con mayor producción de cítricos de la Comunidad Valenciana. Sin embargo, en la muestra no hay ninguna referencia a estos sectores.

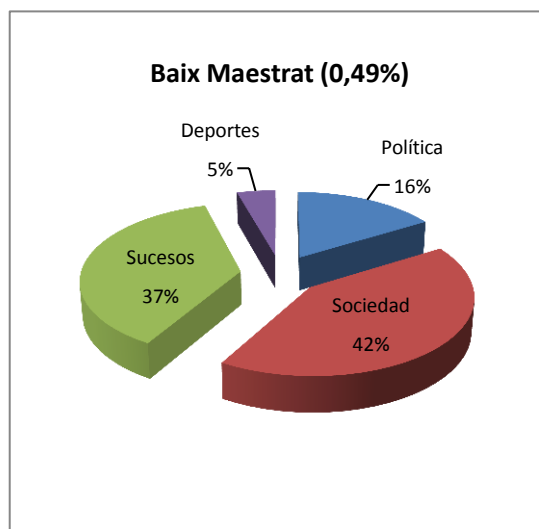
Algo similar ocurre con La Plana Alta, que tiene una visibilidad del tres por ciento. Cuenta con más de 250.000 habitantes repartidos en 17 municipios. Sin embargo sólo seis de sus poblaciones son visibles en la muestra y es la ciudad de Castellón, capital de la provincia, la que acapara la mayor parte de la cobertura. 42 piezas de las 56 que se ubican en esta comarca, están localizadas en su capital. Por áreas, la de cultura que se concreta en la cobertura del Festival Internacional de Benicasim y las fiestas de la Magdalena de Castellón, es la que tiene mayor presencia en la Plana Alta. El resto de materias tienen un peso sólo testimonial en el relato. La información económica, la de menor presencia, se concreta en una única pieza sobre turismo y ello a pesar de que se trata de una comarca costera, económicamente importante, que cuenta con uno de los puertos con mayor actividad comercial de la Comunidad Valenciana y una notable actividad turística,

además por supuesto del relevante sector citrícola. En realidad, se puede afirmar que la presencia de La Plana Alta en el relato informativo es la presencia de la ciudad de Castellón. El resto de municipios apenas son visibles en la desconexión territorial.

Por lo que se refiere al resto de comarcas castellanenses, su visibilidad en el relato es casi nula. Las que aparecen en la muestra no alcanzan el uno por ciento y su presencia se circunscribe a noticias de alcance, de carácter episódico y sin ningún seguimiento.



Fuente: elaboración propia

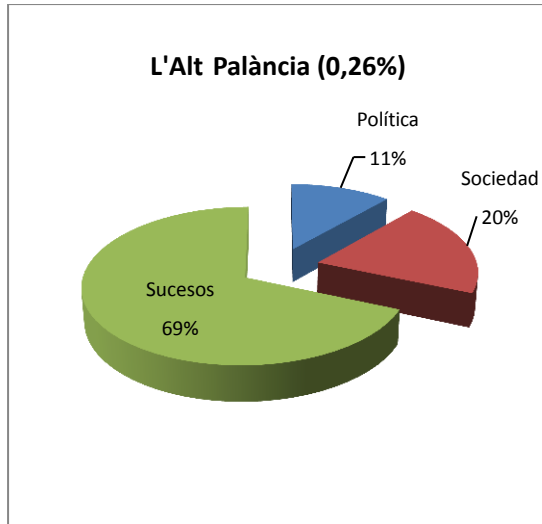


Fuente: elaboración propia.

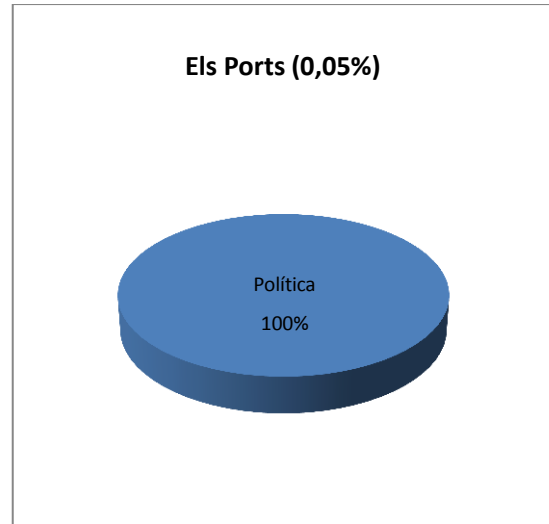
La comarca de L'Alcalatén está formada por nueve municipios con 16.000 habitantes. Es una comarca de interior, escasamente poblada y su visibilidad en el relato, un 0,68 por ciento, se limita a su capital, L'Alcora. Su presencia en el informativo se concentra en 2015, a partir del momento en que comienza a funcionar el aeropuerto de Castellón. No hay ninguna mención a su destacada industria azulejera y el resto de municipios de la comarca no aparecen en la muestra.

La comarca del Baix Maestrat, con un 0,49 por ciento de presencia en la muestra, la componen 18 municipios y más de 80.000 habitantes. Se trata de una comarca de litoral, con una actividad turística de notable peso y una significativa industria pesquera. Siete de los 18 municipios que la forman obtienen circunstancialmente reflejo en el informativo pero éste se limita a varios accidentes de tráfico y los efectos de un temporal. Un acto de campaña y una breve pieza sobre fútbol sala completan la participación de esta comarca en la desconexión territorial.

En el caso de L'Alt Palancia y Els Ports, su visibilidad es prácticamente nula.



Fuente: elaboración propia.



Fuente: elaboración propia.

L'Alt Palancia reúne 27 pueblos del interior sur de Castellón, con una población de sólo 25.000 habitantes y una economía mayoritariamente rural. Su escasa presencia, un 0,26 por ciento, se centra básicamente en los sucesos. Sólo tres de los 27 pueblos que componen la comarca aparecen en la muestra.

Por lo que se refiere a la comarca dels Ports su presencia se limita a una sola pieza de política de 66 segundos —el 0,05 por ciento de la muestra—. Situada en el extremo norte de la Comunidad, Els Ports cuenta con 13 municipios y 4.000 habitantes. Se trata de una comarca eminentemente ganadera, cuya capital, Morella, basa su economía en el turismo de interior.

L'Alt Millars y L'Alt Maestrat no aparecen en ningún informativo de la muestra. Con un total de 31 pueblos y alrededor de 12.000 habitantes, estas dos comarcas se encuentran en el interior de Castellón y tienen una economía básicamente rural.

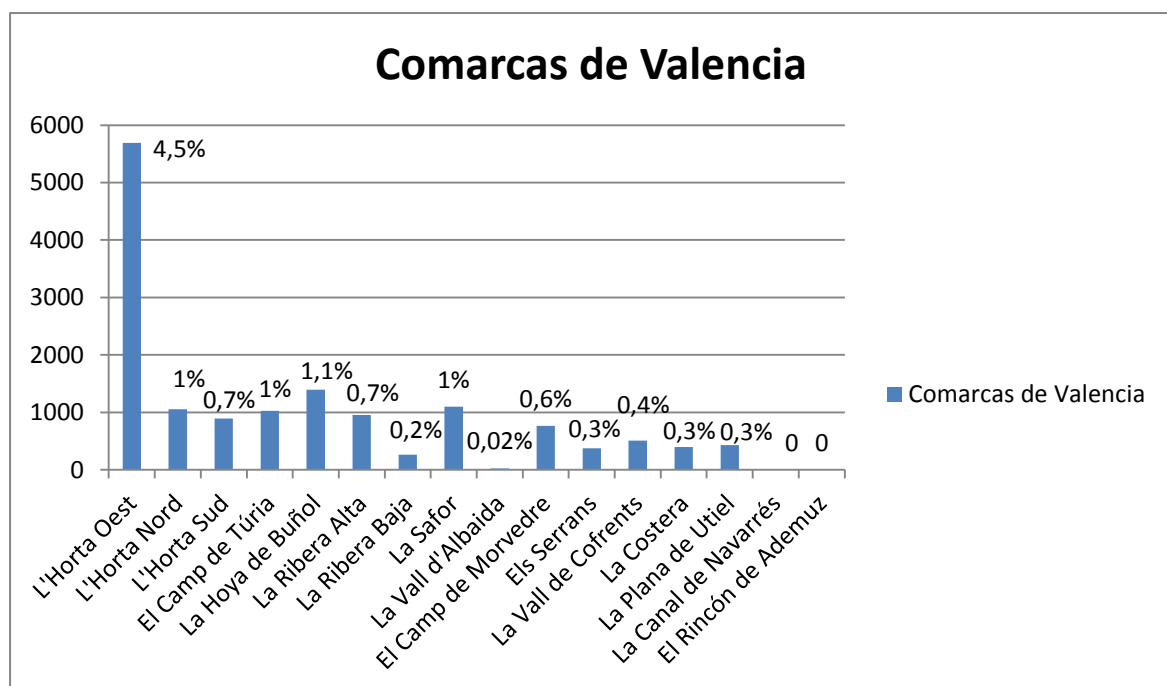
Resumiendo, las comarcas castellonenses, excepción hecha de La Plana Alta y La Plana Baixa, tienen en el periodo de la muestra una visibilidad en *L'Informatiu Comunitat Valenciana* por debajo, o muy por debajo, del uno por ciento llegando al cero por ciento en el caso de L'Alt Millars y L'Alt Maestrat como se ha expuesto.

La provincia de Valencia es la que ocupa más superficie del territorio y la que cuenta con un mayor número de habitantes, dos millones y medio. La provincia la componen 16<sup>70</sup>

<sup>70</sup> El portal de Generalitat Valenciana, <http://www.argos.gva.es> cifra en 17 el número de comarcas. A las 16 que se tienen en cuenta en este estudio, suma, como comarca independiente del resto, la ciudad de Valencia, que aquí se considera aparte y se excluye de este punto del estudio.

comarcas: El Rincón de Ademuz, Los Serranos, El Camp de Túria, El Camp de Morvedre, L’Horta Nord, L’Horta Oest, L’Horta Sud, La Plana de Utiel-Requena, La Hoya de Buñol, La Vall de Cofrents, La Ribera Alta, La Ribera Baixa, La Canal de Navarrés, La Costera, La Vall d’Albaida y La Safor. Entre ellas, dos de las comarcas de interior, el Rincón de Ademuz y la Canal de Navarrés, no aparecen en ninguno de los 100 informativos que forman la muestra y la presencia de las 14 restantes es muy desproporcionada.

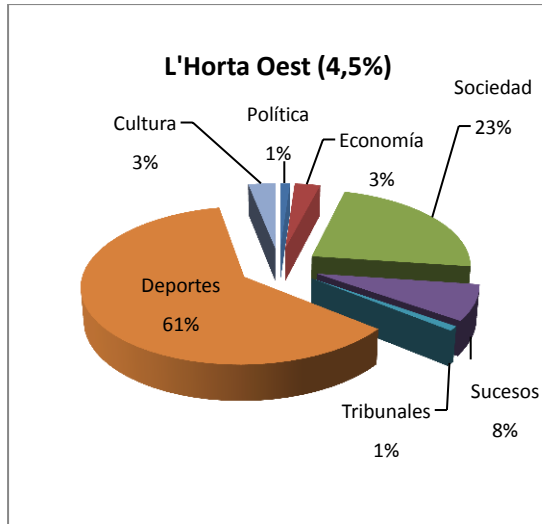
Aun excluyendo del gráfico la información localizada en la ciudad de Valencia, la figura muestra una clara preferencia por las noticias ubicadas en las comarcas de l’Horta.



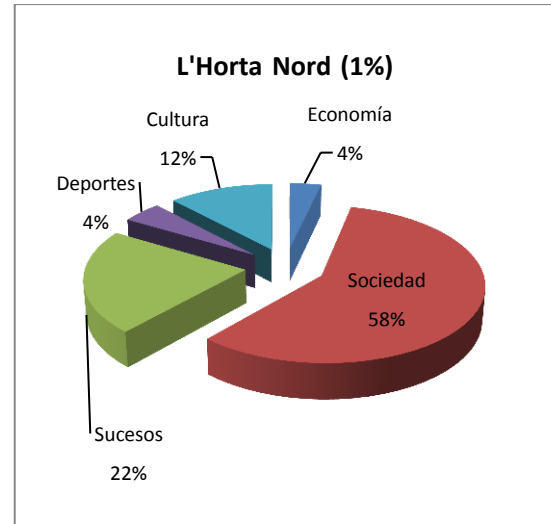
En la gráfica se han excluido los datos de la ciudad de Valencia para que los resultados no resulten tergiversados.  
Fuente: elaboración propia.

L’Horta Oest, que forma parte del área metropolitana de Valencia y es la comarca donde se ubica la delegación de Televisión Española en la Comunidad, acapara el grueso de la información. El resto de comarcas tienen una presencia en la muestra completamente testimonial.





Fuente: elaboración propia



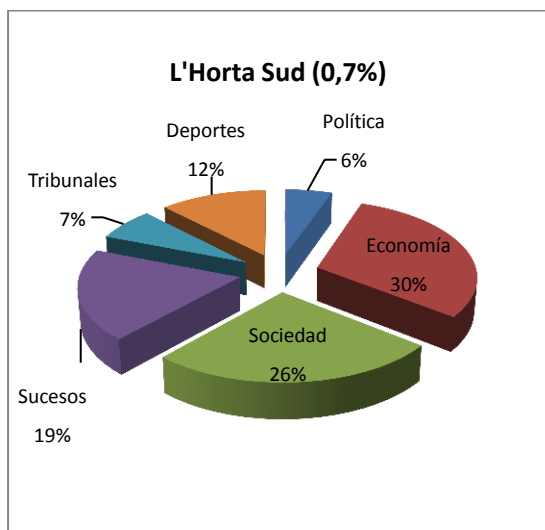
Fuente: elaboración propia.

L'Horta Oest, con sólo un cuatro y medio por ciento del tiempo de información, es la comarca de la provincia de Valencia que más seguimiento tiene y una de las más visibles de la Comunidad. De hecho, sólo la comarca de l'Alacantí —incluida la ciudad de Alicante— recibe más cobertura informativa. L'Horta Oest, con nueve municipios, supera los 350.000 habitantes y forma parte sustancial de lo que se considera *área metropolitana* de Valencia. Básicamente está formada por ciudades dormitorio de la capital, pero cuenta con gran cantidad de polígonos industriales y concentra por ello un alto peso económico y social.

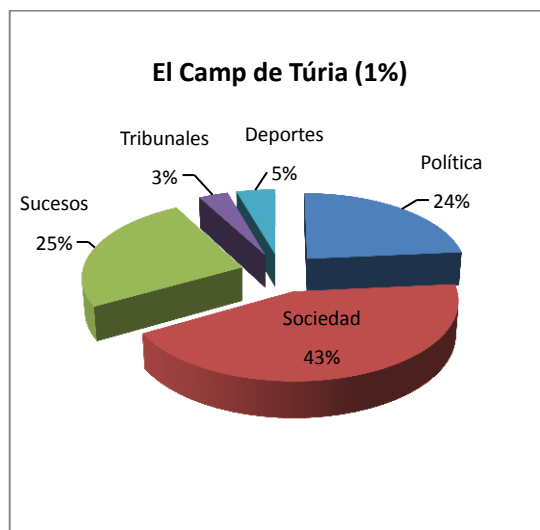
La información que se localiza en esta comarca es en su mayor parte —un 61 por ciento— información deportiva. La ciudad deportiva del Valencia Club de Fútbol, ubicada en Paterna, a pocos metros de la sede de Televisión Española, acumula la mayor parte del relato. De 79 piezas localizadas en esta comarca, 51 son noticias deportivas. El resto de áreas reciben una cobertura puntual.

L'Horta Nord, por su parte, recibe el uno por ciento de la cobertura informativa. Esta comarca está formada por 22 municipios y cuenta con una población de 225.000 habitantes. Se trata de una comarca ubicada dentro del área de influencia de la ciudad de Valencia, con una importante actividad industrial. Su economía tiene, sin embargo, una presencia testimonial en el relato. No hay tiempo para la política o los tribunales y la mayor parte de la cobertura la ocupa el área de sociedad, que se limita a cinco piezas informativas.

L'Horta Sud, el Camp de Túria, la Hoya de Buñol y la Ribera Alta reciben un nivel de cobertura similar al de l'Horta Nord, en el entorno del uno por ciento.



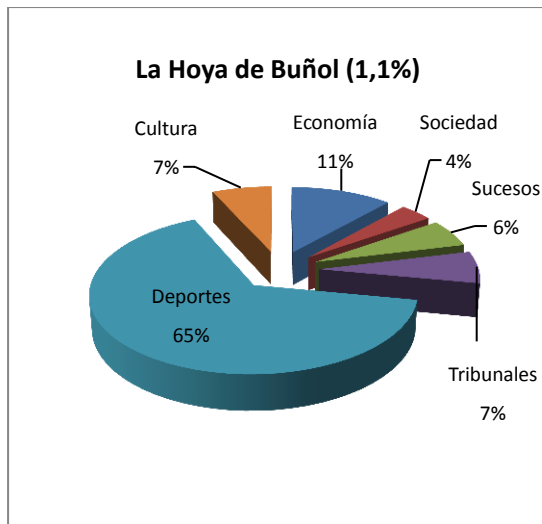
Fuente: elaboración propia



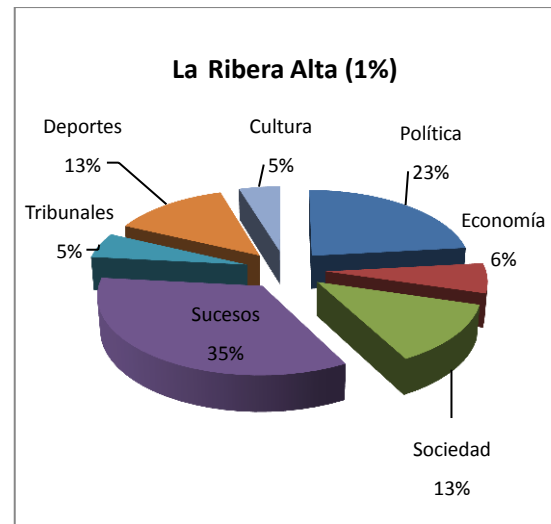
Fuente: elaboración propia.

L'Horta Sud es una de las comarcas con mayor concentración industrial y comercial de la Comunidad Valenciana y cuenta además con un importante sector agrícola. Con 12 municipios y 170.000 habitantes, sólo recibe el 0,7 por ciento de la atención informativa. Con un reparto temático bastante equilibrado no tiene sin embargo ningún registro en el ámbito de la cultura y las fiestas y la información económica se reduce en la muestra a dos piezas sobre la inauguración de *Ikea* y otra sobre el pequeño comercio, pese a que la comarca cuenta con buena parte de la industria del mueble de la Comunidad, con numerosos polígonos industriales muy activos y con un considerable número de empresas agroalimentarias. Sólo siete de los 12 municipios que la componen aparecen en la muestra.

El Camp de Túria consta de 16 municipios con una población de 150.000 habitantes. Sin embargo, sólo siete de esos municipios están presentes en el relato. En este caso la comarca recibe una cobertura del uno por ciento y el tiempo se reparte de modo más o menos equilibrado entre diferentes áreas. No obstante, no hay ninguna pieza de cultura y fiestas y la economía de la comarca tampoco aparece en los informativos de la muestra, a pesar de que El Camp de Túria cuenta con una considerable concentración de importantes centros logísticos (Mercadona, Consum y El Corte Inglés entre ellos).



Fuente: elaboración propia

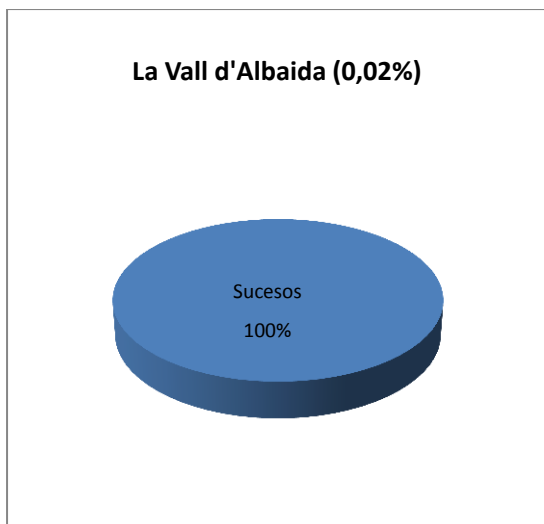


Fuente: elaboración propia.

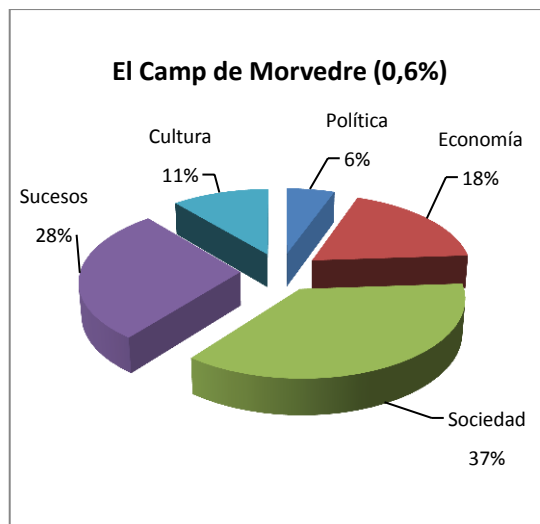
La Hoya de Buñol es una comarca de interior con escaso peso económico y poblacional. Nueve municipios concentran tan sólo 43.000 habitantes. Sin embargo su nivel de presencia en la muestra (1,1 por ciento) es superior al del resto de comarcas de similares características. Esta mayor cobertura se concentra fundamentalmente en el área de deportes y obedece a la localización en Buñol de la ciudad deportiva del Levante UD, y en menor medida, al Circuito de Cheste. Los deportes representan el 65 por ciento de la información que se localiza en esta comarca. De hecho, Buñol y Cheste (fundamentalmente Buñol) acaparan prácticamente toda la atención. Sólo Dos Aguas (un accidente de tráfico) aparece también en la muestra. Los otros seis pueblos de la comarca no tienen presencia.

La Ribera Alta es una de las comarcas con más tradición agrícola de la Comunidad Valenciana y la que concentra mayor número de municipios. Un total de 35 pueblos forman parte de esta comarca en la que viven más de 220.000 habitantes. Su peso en el sector agrícola, fundamentalmente el cultivo de cítricos, el caqui, y la industria agroalimentaria no tiene sin embargo reflejo en *L'Informatiu Comunitat Valenciana*, que en el periodo de la muestra sólo ofrece dos piezas sobre agricultura. La presencia de esta comarca en el relato se reduce a un uno por ciento. 25 de las 35 localidades que la componen no aparecen en la muestra.

Las seis comarcas restantes de la muestra comparten un nivel de cobertura aún inferior al de las anteriores.



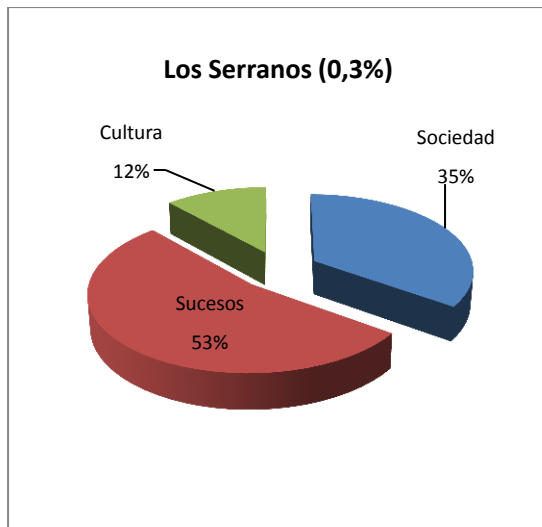
Fuente: elaboración propia



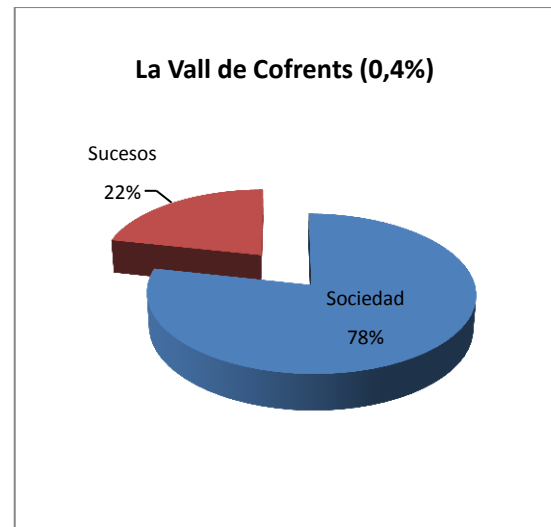
Fuente: elaboración propia.

La Vall d'Albaida, al sur de la provincia de Valencia, es otra de las comarcas de la que forman parte un gran número de pueblos. 34 municipios pero sólo 91.000 habitantes para una cobertura prácticamente nula —un 0,02 por ciento—. Sólo un suceso violento lleva a la localidad de Rugat al relato informativo durante 25 segundos. No hay más presencia de la comarca en la desconexión.

Respecto al Camp de Morvedre, en el litoral norte de la provincia de Valencia, 16 municipios concentran 90.000 habitantes. Pese a que la cobertura aborda casi todas las áreas temáticas, a excepción de los tribunales, la presencia de la comarca se queda en un 0,6 por ciento y sólo cuatro de los 16 municipios que la componen aparecen en la muestra. Una sola noticia completa en el periodo de análisis la información de economía de esta comarca que cuenta con uno de los puertos comerciales (Sagunto) más importantes de la Comunidad Valenciana y con una notable actividad industrial y citrícola.



Fuente: elaboración propia

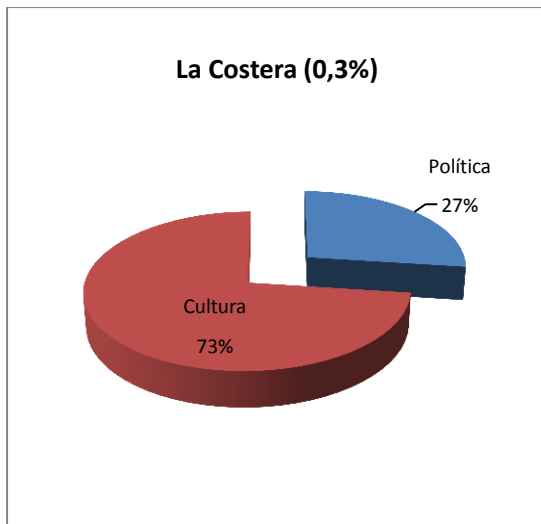


Fuente: elaboración propia.

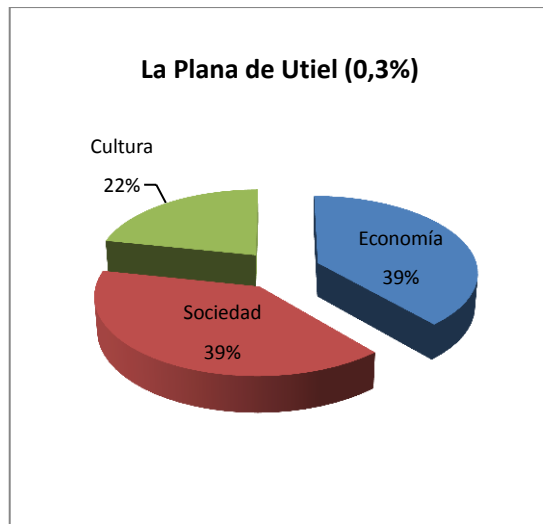
Los Serranos, con 19 municipios, cuenta con poco más de 17.000 habitantes y una cobertura muy limitada en el relato. Su 0,3 por ciento de presencia sólo da cabida a tres de esas localidades. Las 16 restantes no aparecen en la muestra.

Casi idéntica situación se produce en La Vall de Cofrents, con un 0,4 por ciento de visibilidad. Con siete municipios y 10.000 habitantes, sólo dos poblaciones están presentes en el relato. Una es Cofrents, que aparece sólo en una ocasión en la muestra; la otra es Cortes de Pallás, que acumula el resto de piezas dedicadas a la comarca y que es noticia por un suceso que prolongará sus consecuencias durante buena parte del periodo de la muestra: un desprendimiento de tierras deja durante meses aislado el pueblo.

La Costera y La Plana de Utiel tienen similar nivel de cobertura, un 0,3 por ciento cada una. En estos dos casos la situación es especialmente llamativa porque se trata de comarcas con peso socioeconómico importante en la Comunidad.



Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia.

La Costera, con Xàtiva como capital, la componen 19 pueblos y 71.000 habitantes. Sin embargo, sólo dos localidades, Xàtiva y Canals, tienen reflejo en el relato. Su 0'3 por ciento de presencia se limita a cinco vídeos, un plató y una pastilla en los 100 informativos de la muestra.

La Plana de Utiel, por su parte, está integrada por nueve pueblos y un total de casi 40.000 habitantes. En este caso, sólo las dos grandes ciudades de la comarca, Requena y Utiel, junto con Caudete de las Fuentes, tienen una fugaz presencia en el relato. El resto de localidades, dedicadas básicamente a la agricultura y la ganadería, no han visto su reflejo en *L'Informatiu Comunitat Valenciana* durante el periodo de la muestra. Pese al notable peso económico del sector vitivinícola de la comarca y pese a los daños sufridos en las cosechas producidos por la sequía y los temporales, no ha habido cobertura informativa.

Por último, La Canal de Navarrés, con ocho municipios y 17.000 habitantes, en el interior de la provincia de Valencia, y el Rincón de Ademúz, al norte, con siete pueblos y 2.500 habitantes, no aparecen en el relato de la muestra. Al igual que en la provincia de Alicante y en la de Castellón, también en la de Valencia, un número más o menos importante de pueblos y un buen número de ciudadanos no encuentran reflejo de su día a día en *L'Informatiu Comunitat Valenciana*.

El territorio autonómico, en definitiva, no queda reflejado en el relato de proximidad que se ofrece y, en palabras de Pérez Llavador (Entrevista 3), «sin una comunicación que vaya de norte a sur no hay territorio socialmente unificado». Resulta hipertrofiada la imagen de las grandes ciudades, básicamente de Valencia y la visibilidad se reduce más

cuanto más aumenta la distancia respecto a los grandes núcleos urbanos. Como señala Josep Vicent Boira, «en este momento no hay ningún medio de comunicación que ofrezca una visión global del territorio» (Josep Vicent Boira. Entrevista 2).

Y efectivamente, a partir de los datos del análisis hablar de vertebración geográfica de la información es una entelequia. El tratamiento esquemático y generalista que *L'Informatiu Comunitat Valenciana* confiere a la información se aleja de cualquier intento de coberturas informativas con eje geográfico del tipo de las expuestas en el epígrafe seis. Cuando los medios no permiten cubrir una información por el mero hecho de estar localizada lejos de la delegación, es inimaginable plantearse coberturas globales (elecciones autonómicas, temporales, etcétera) que abarquen todo el territorio de la Comunidad.





## 9. La proximidad en Aitana más allá del informativo territorial (2014-2015)

### 9. La información de proximidad en Aitana más allá del informativo territorial (2014-2015)

9.1. *El Tiempo Comunitat Valenciana*: un mapa mudo

9.2. Las citas electorales

9.2.1. Entrevistas electorales

9.2.2. Jornada electoral sin programación especial

9.3. Cobertura especial de Fallas

9.3.1. Especial Fallas

9.3.2. «*Mascletás*»

9.3.3. La retransmisión de la *Cremà*

9.4. Espacios especiales de verano

Resulta paradójico, cuando se habla de un medio condicionado por las limitaciones de tiempo que imponen las franjas de desconexión, hablar de un *más allá*. Sin embargo, hay que señalar que a lo largo de los dos años de análisis que abarca el estudio, Televisión Española en la Comunidad Valenciana ha intentado ampliar su cobertura en momentos y ámbitos informativos concretos.

Más allá de *L'Informatiu Comunitat Valenciana*, este estudio ha confirmado, durante 2014 y 2015, la emisión de espacios informativos de proximidad dentro de la franja de desconexión territorial, o incluso ampliando ésta. Algunos de ellos, como *El Tiempo Comunidad Valenciana*, se vienen emitiendo de manera habitual al acabar el informativo. Sin embargo otros son un intento de reforzar el relato de proximidad que ofrece la cadena, para dar de algún modo respuesta a las peticiones de incremento de dicho relato.

Durante las Fallas de 2014 y en las campañas electorales de 2015 —elecciones municipales y autonómicas y elecciones generales— Aitana abrió ventanas especiales

para dar cabida a contenidos de servicio público que de otro modo no tenían cabida en la desconexión.

Además, durante los meses de verano de 2014 y 2015, la delegación de Televisión Española en la Comunidad ha emitido espacios monográficos que han acercado a los espectadores a la música hecha en la Comunidad, en el verano de 2014 y a su cocina, en el verano de 2015. Se trata siempre de extensiones de programación muy limitadas, e incluso, en algún caso, producidas precisamente para suplir la falta de medios.

Este capítulo se ocupará de repasar todos estos espacios. Se pretende mostrar como desde la propia cadena, y desde la sociedad, ha habido conciencia de las carencias informativas e intentos de reforzar el mensaje de proximidad en estos dos años. Como el propio director del centro reconoce:

Hemos intentado hacer un esfuerzo para cubrir algunas cosas, como la retransmisión de las *masclletás*. Se retransmitieron las de Fallas y estaban previstas dos de *Fogueres*. Una no se pudo hacer por razones ajenas a esta casa. En resumen, salvo intentos por reforzar un poquito la cara social de la Comunidad Valenciana, no ha habido cambios. No nos podemos permitir más (Javier Gomar. Entrevista 15).

De hecho, todos los espacios de que se hablará a continuación han sido realizados con los tiempos y los medios humanos y técnicos con que cuenta la delegación de Televisión Española en la Comunidad Valenciana. En ningún caso se ha reforzado la plantilla ni se ha dispuesto de medios técnicos extraordinarios.

### **9.1. El Tiempo Comunitat Valenciana: un mapa mudo**

Tras la primera edición de *L'Informatiu Comunitat Valenciana*, Televisión Española emite un espacio de previsión meteorológica que en muchos casos se ha avanzado brevemente en la presentación del informativo. El espacio tiene una duración media de algo menos de dos minutos y no se elabora en la delegación. «Nosotros —explica Gomar— no tenemos un meteorólogo en Valencia. La información del tiempo se hace desde Madrid durante la mañana, personalizada para la Comunidad, y ellos nos la envían para emitir al final de la desconexión de las dos» (Javier Gomar. Entrevista 15)

El hecho de que la información se elabore en Madrid implica que no hay posibilidad de contar con información *in situ* de los puntos concretos donde se da un determinado fenómeno. Así, el contenido del espacio tiene serias limitaciones de detalle.

El análisis de contenido de *El Tiempo Comunidad Valenciana* arroja datos fáciles de generalizar porque mantiene una estructura muy estandarizada. El espacio hace una breve introducción sobre la situación meteorológica en el este de la Península Ibérica, utilizando para ello las imágenes del satélite *Meteosat*. Después, apunta con un mapa las temperaturas máximas previstas, y en ocasiones, también las mínimas alcanzadas y por último, avanza las previsiones para el día siguiente.

En total se emiten dos o tres mapas que destacan invariablemente las mismas localizaciones, en total 17 poblaciones de la Comunidad.

Los mapas de temperaturas máximas y de previsiones incluyen: Alicante, Elche, Villena, Dénia, Valencia, Ontinyent, Gandía Requena, Castellón, Villafranca del Cid y Vinarós. El mapa de mínimas, que aparece con menos frecuencia, varía las poblaciones respecto a los otros dos: Alicante, Pinoso, Jávea, Valencia, Xàtiva, Oliva Utiel, Castellón, Vinarós y Castellfort. El resto del territorio no aparece en el relato.

Este esquema sólo se modifica en ocasiones excepcionales, cuando se produce algún episodio fuera de lo común que obliga a destacar cifras extraordinarias —rachas de viento muy fuertes o volúmenes pluviométricos excepcionales—.

Y más allá del contenido concreto, también la forma se ve condicionada por el hecho de estar el espacio elaborado en Madrid. El uso del valenciano que, como se ha visto en el epígrafe anterior, alcanza el 40 por ciento en el informativo territorial, queda eliminado por completo en el espacio de *El Tiempo*. La previsión meteorológica se presenta íntegramente en castellano.

Además en el espacio no se utilizan términos específicos, de uso común para los ciudadanos de la Comunidad. *El Tiempo Comunidad Valenciana* nunca cita el nombre de ningún viento. Para la previsión meteorológica de Televisión Española no existe el poniente, el gregal o el levante. El viento sopla del oeste, del norte o del este. Esa ausencia de nomenclatura específica, habitual para el ciudadano de la Comunidad, contribuye a incrementar la distancia frente al espacio.

Tampoco se cita habitualmente ninguna comarca. La presentadora del espacio habla del norte de Castellón, la costa de Alicante o el interior de Valencia, por poner algunos ejemplos, pero no nombra las comarcas concretas a las que se está refiriendo lo que aleja el relato del espectador y sobre todo dibuja un mapa desestructurado.

El contenido del espacio, como se ha avanzado, queda, por tanto, limitado a localizaciones concretas de las que se aportan datos aislados de pluviometría, temperaturas o viento. Por ello, el resultado final no produce aquella sensación de mapa vertebrado del territorio autonómico sino más bien de mapa mudo en el que se señalan elementos puntuales sin vinculación con el resto del territorio.

Una vez más, la previsión está muy condicionada por la falta de medios propios: sin corresponsales, sin la red de colaboradores a pie de territorio, sin tiempo de emisión, sin conocimiento exhaustivo del terreno, difícilmente se puede ofrecer un producto detallado y próximo.

Desde Televisión Española, de hecho, se reconoce que es imposible visibilizar el territorio con un producto genérico, esquemático y hecho desde la distancia: «posiblemente —reconoce Gomar— en el tema meteorológico sea donde quizá estamos un poquito más cortos, porque a la gente le interesa mucho el estado del tiempo y nosotros le damos lo poquito que le podemos dar» (Javier Gomar. Entrevista 21).

## **9.2. Las citas electorales**

La información electoral resulta sustancial dentro de cualquier relato de proximidad. Ya se ha visto en el epígrafe anterior de qué modo la cobertura de los dos periodos electorales presentes en la muestra ha repercutido en el relato. Pero más allá de la información diaria, el seguimiento de la campaña electoral en una televisión pública y la información de la jornada electoral se ven especialmente limitados por la falta de tiempo y de medios con que trabaja Televisión Española en la Comunidad.

Después de casi un cuarto de siglo, la sociedad valenciana afronta en 2015 una cita electoral autonómica sin otro medio público de televisión que Televisión Española. Eso supone un reto para la delegación del medio nacional, limitada en tiempo y medios.

Este es el primero de los ámbitos informativos en que Televisión Española en la Comunidad ha reforzado su programación.

### 9.2.1. Entrevistas electorales

No hay ningún contenido extra durante la campaña de las elecciones generales. Sin embargo, en la de las autonómicas y municipales —de lunes a viernes— Televisión Española en la Comunidad Valenciana refuerza su contenido informativo con la elaboración de entrevistas a los principales candidatos.

Se realizan un total de 17 entrevistas, programadas desde el lunes 11 de mayo —primer día de la campaña en que se emite informativo territorial— hasta el viernes 22 de mayo —último día de campaña—. La primera semana de campaña se dedica a las elecciones municipales. Pero se centra exclusivamente en las capitales de provincia, con ocho entrevistas a candidatos a las alcaldías de Valencia, Castellón y Alicante. La segunda semana de campaña se dedica a las elecciones autonómicas, con emisión de nueve entrevistas a los principales candidatos de los diferentes grupos políticos.

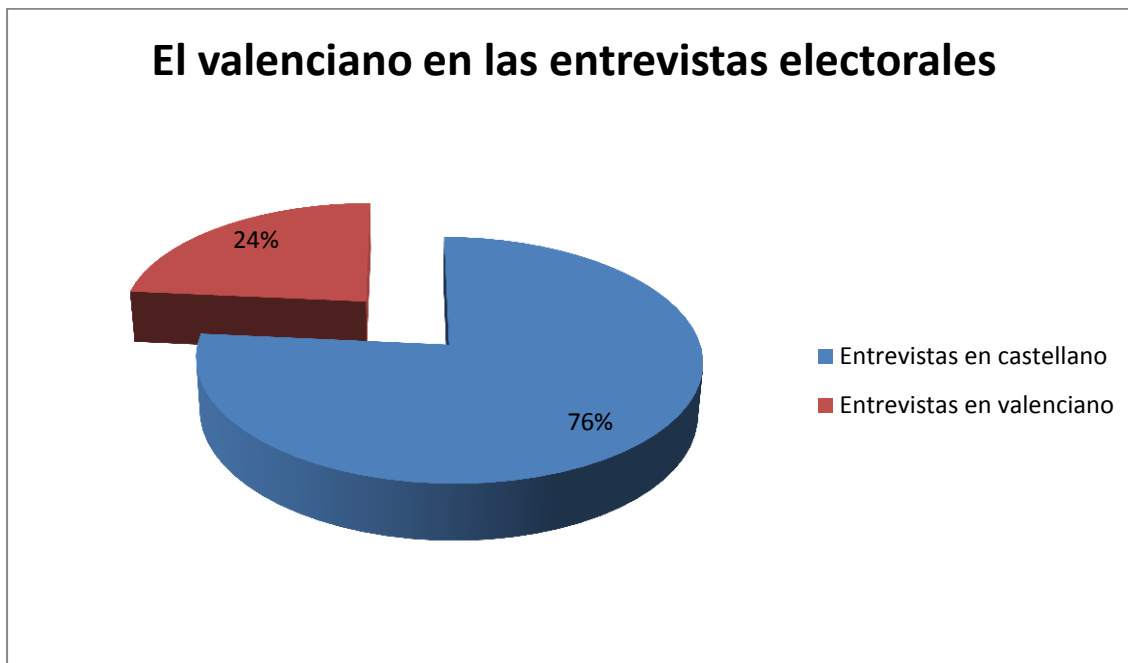
1ª semana de campaña	Entrevistas elecciones locales
<b>11 mayo</b>	Candidato de EU a la alcaldía de Valencia Candidato de UPyD a la alcaldía de Valencia Candidato del PP a la alcaldía de Castellón
<b>12 mayo</b>	Candidato de Compromís a la alcaldía de Valencia Candidata del PSPV a la alcaldía de Castellón
<b>13 mayo</b>	Candidata del PP a la alcaldía de Alicante
<b>14 mayo</b>	Candidato del PSPV a la alcaldía de Valencia
<b>15 mayo</b>	Candidata del PP a la alcaldía de Valencia

Fuente: elaboración propia.

2ª semana de campaña	Entrevistas elecciones autonómicas
<b>18 mayo</b>	Candidato de PODEMOS a la Generalitat Valenciana Nº dos del PSPV en la lista por Valencia para la Generalitat Candidato de EU a la Generalitat Valenciana
<b>19 mayo</b>	Candidata de Compromís a la Generalitat Valenciana Candidata de UPyD a la Generalitat Valenciana Cabeza lista del PP por Castellón
<b>20 mayo</b>	Cabeza de lista del PP por Alicante
<b>21 mayo</b>	Candidato del PSPV a la Generalitat Valenciana
<b>22 mayo</b>	Candidato del PP a la Generalitat Valenciana

Fuente: elaboración propia.

Las entrevistas tienen una duración variable, determinada por la Junta Electoral Central, y se realizan en el idioma escogido por el candidato. Son mayoritariamente entrevistas en castellano. Sólo cuatro de las 17 —el 24 por ciento— se realizan en valenciano.



Fuente: elaboración propia.

Las entrevistas se realizan en el mismo plató desde el que se emite el informativo territorial. Es, de hecho, el único con el que cuenta Televisión Española en la Comunidad Valenciana. Y es el propio delegado territorial quien conduce el espacio.

No obstante, el dato más llamativo de esta programación de refuerzo es la franja horaria en que se emite. Las 17 entrevistas realizadas se programan entre las ocho y las ocho y media de la mañana. Y Televisión Española no hace un anuncio previo de esas emisiones.

En definitiva, pese al esfuerzo realizado, el incremento de tiempo y de información resulta bastante difuminado, de hecho es casi invisible. Más aún si se tiene en cuenta que la jornada electoral no cuenta con relato de escala autonómica.

### *9.2.2. Jornada electoral sin programa electoral*

Ya se ha avanzado en el epígrafe anterior. La información sobre el desarrollo de la jornada electoral y los resultados autonómicos y municipales —tampoco los generales en el ámbito de la Comunidad— no cuenta con un refuerzo informativo. «La única opción —reconocía Gomar antes de la cita autonómica— es que se decida hacer una desconexión extraordinaria esa noche. En radio se hace pero en televisión todo es mucho más difícil» (Javier Gomar. Entrevista 15).

Programar un especial de ámbito autonómico habría exigido a Televisión Española un refuerzo sustancial de medios técnicos y humanos porque no es posible esa cobertura con los medios con que cuenta el centro territorial y habría supuesto abrir una franja informativa extraordinaria en paralelo con la edición nacional de un especial informativo.

Televisión Española no contempla esa posibilidad y remite al programa especial realizado tras cada una de las dos convocatorias para todo el país. Sin embargo, esa programación no incide obviamente en los resultados de municipios concretos. Sólo someramente apunta balances autonómicos y resultados locales de las tres capitales de provincia. Pero no profundiza en ellos. La consecuencia es una noche electoral —dos, en este caso— sin relato televisivo de proximidad.

## **9.3. Cobertura especial de Fallas**

La cobertura de las fiestas de Fallas no es nueva para Aitana. Tradicionalmente, la cadena nacional retransmite la *cremà* de la falla del Ayuntamiento —lo hace de hecho por La Dos y para toda España desde hace décadas—. Sin embargo, el cierre de Televisión Valenciana propició por parte de Aitana, el intento de ampliar las coberturas para dar

visibilidad a un ámbito que, como ha mostrado el análisis de contenido del epígrafe 8, había perdido mucha presencia y era especialmente requerido por la sociedad valenciana. Por ello, durante 2014 y 2015 Aitana ha puesto en marcha diferentes iniciativas. «En marzo —repara Gomar— sí hemos estado haciendo cosas que no habíamos hecho nunca. Abrimos una ventana de media hora tres días de Fallas, dimos todas las *mascletás* menos las de fin de semana que como no tengo informativo territorial no las pudimos dar» (Javier Gomar en Entrevista 21). La cobertura durante estos dos años se concreta en la retransmisión de las *mascletás* y la *Cremà*, además de un programa especial de Fallas que se emitió en 2014.

### 9.3.1. Especial Fallas

Durante las Fallas de 2014 Televisión Española decide hacer una apuesta para reforzar la cobertura de la fiesta y suplir en la medida de sus posibilidades la carencia de la televisión autonómica, por primera vez en 25 años.

Para ello se amplía la primera franja de desconexión durante los días 17, 18 y 19 de marzo. Esos tres días, de una y media a dos de la tarde, Aitana emite desde la plaza del Ayuntamiento de Valencia un programa especial con información de Fallas. Desde ese mismo espacio se da paso a la *mascletà* y se hacen los comentarios posteriores. Finalizado el programa, alrededor de las dos y diez de la tarde, se retoma el informativo territorial, más corto que habitualmente.

El experimento, sin embargo, no supera la prueba en opinión del delegado territorial de Televisión Española y en 2015 no se vuelve a emitir.

En 2014 —apunta Gomar— hicimos unas desconexiones en Fallas de media hora antes del informativo. Pero este año no las he repetido porque he considerado que el esfuerzo que nos llevó hacerlo el año pasado no se correspondió con la audiencia que hubiera sido deseable. Y como yo aquí tengo muy limitadas las posibilidades tanto de personal como de tecnología, hemos decidido no volver a repetir ese esfuerzo (Javier Gomar. Entrevista 15).

El especial de Fallas queda por tanto reducido al terreno de experimento sin continuidad.



### 9.3.2. *Masclletás*

La retransmisión de las *masclletás* es otra novedad durante el periodo 2014-2015. Sin embargo, de nuevo en este caso las retransmisiones se ven condicionadas por las limitaciones del medio.

En primer lugar condiciona la carencia de tiempo, que obliga a retransmitir tan sólo las *masclletás* que se disparan de lunes a viernes. Las disparadas durante el fin de semana —habitualmente las más multitudinarias— no se emiten porque no hay desconexión.

En segundo lugar se ven limitadas por la falta de medios técnicos y humanos. «Las *masclletás* las hacemos —explica el delegado de Televisión Española en la Comunidad— con dos dispositivos distintos: uno hasta la semana fallera, y otro durante la semana fallera» (Javier Gomar. Entrevista 15).

Durante el primer periodo, las dos semanas previas a la semana de Fallas, Televisión Española realiza la retransmisión con tres únicos tiros de cámara: uno situado en el balcón del ayuntamiento, otro ubicado en la azotea del edificio de Telefónica y un tercero en el interior de la zona de fuegos.

Durante las semanas anteriores —explica Gomar— tenemos que valernos de medios mucho más rudimentarios para poder realizar esa retransmisión. Evidentemente nosotros no podemos contar con el despliegue con el que contaba Canal 9: once cámaras en la plaza, un helicóptero, de eso nada. Nosotros hemos hecho las retransmisiones de las *masclletás* con entre tres y cuatro cámaras en la plaza. Por suerte cuento con profesionales de altísima cualificación, además de realizadores, técnicos, gente de sonido, producción. El dispositivo en la plaza era cada día de entre ocho y diez personas (Javier Gomar. Entrevista 15).

Durante el segundo periodo, el de la semana de Fallas, los medios se refuerzan desde Madrid. «En la semana fallera —detalla Gomar—, Madrid nos envía una unidad móvil [...] con la unidad móvil llega un refuerzo de personal y se pueden hacer las cosas mucho mejor» (Javier Gomar. Entrevista 15).

En estos días, Televisión Española incrementa los tiros de cámara de tres a cinco. Obviamente repercute en el resultado. La retransmisión se hace más ágil y permite ver mejor la evolución del espectáculo.

### 9.3.3. *La retransmisión de la Cremà*

En este caso no se trata de una emisión de proximidad en sentido estricto. La retransmisión de la *Cremà* no es nueva. Desde hace décadas Televisión Española acostumbra a retransmitir por *La Dos* y para toda España la *cremà* de la falla municipal de Valencia.

Para ello, Aitana cuenta con medios especiales llegados desde Madrid. En general reproducen un dispositivo similar al descrito para las *masclètás* de la semana de Fallas, con algún elemento extra. «Para la *cremà*—dice Gomar—teníamos además una cabeza caliente<sup>71</sup>. Ahí ya el personal son más de 20 personas trabajando esa noche» (Javier Gomar. Entrevista 15).

La cobertura se limita exclusivamente a la falla del Ayuntamiento y no da cuenta del desarrollo global de la *Nit de la Cremà*.

## 9.4. Espacios especiales de verano

Hay un último ámbito sociocultural que recibe un refuerzo de contenido durante 2014 y 2015. Sin embargo, en este caso, el objetivo no es tanto incrementar el nivel de cobertura informativa —como en el caso de la información electoral o festiva— cuanto suplir la falta de medios y noticias que traen consigo los meses de verano.

Hay otra programación extra —explica Gomar—, que no coincide con el cierre de Canal 9, pero sí hemos procurado abrir una ventana. En los meses de verano, básicamente julio y agosto, donde decae la actualidad informativa, y donde además tengo problemas de personal para cubrir la media hora de desconexión, hemos ido preparando, desde el verano de 2013, una serie de programas especiales que se emiten después en esos meses (Javier Gomar. Entrevista 15).

La emisión de estos espacios por tanto no tiene que ver en ningún caso con los intentos de paliar los efectos del cierre de la cadena autonómica por parte de Televisión Española. De hecho, su emisión comienza durante el verano de 2013, con Canal 9 aún en funcionamiento. Ese año, Aitana emite *Dieta Mediterránea*. En 2014 se repasa la

---

<sup>71</sup> Se conoce como *cabeza caliente* una cámara colocada sobre un brazo articulado de varios metros de longitud, que permite ejecutar *travellings* verticales alcanzando una altura considerable.

actualidad de los grupos pop valencianos con el espacio *Sonido Directo*. Y en 2015 se programa un espacio de gastronomía valenciana. La emisión de estos espacios se circunscribe a los meses de verano —en el caso de 2015 al mes de agosto—. Durante el resto del año el relato de esas *cosas nuestras* a que se refiere el delegado de Televisión Española, queda tan solo en manos del informativo territorial. Aunque la evidencia de su falta hará que durante 2014 y 2015 se barajen —como se detallará en el epígrafe 11— diferentes modos de cubrir esa necesidad.

En resumen, los espacios puntuales de refuerzo (entrevistas electorales y algunos actos falleros) y breves espacios divulgativos estivales dentro de la desconexión completan, junto con *El Tiempo Comunidad Valenciana*, la oferta del informativo de Aitana durante 2014 y 2015 y componen con él el relato de proximidad que recibe el ciudadano desde la televisión pública durante el periodo de análisis.



## 10. La pérdida de visibilidad de las fuentes de proximidad (2014-2015)

### 10. La pérdida de visibilidad de las fuentes de proximidad

10.1. Presencia de las fuentes en 2014-2015

10.2. Consecuencias de la pérdida de visibilidad

Analizado el medio, la delegación de Televisión Española, y el producto, *L'Informatiu Comunitat Valenciana*, el presente epígrafe centra su atención en el tercer vector de este estudio: las fuentes de proximidad.

### 10.1. Presencia de las fuentes en 2014 - 2015

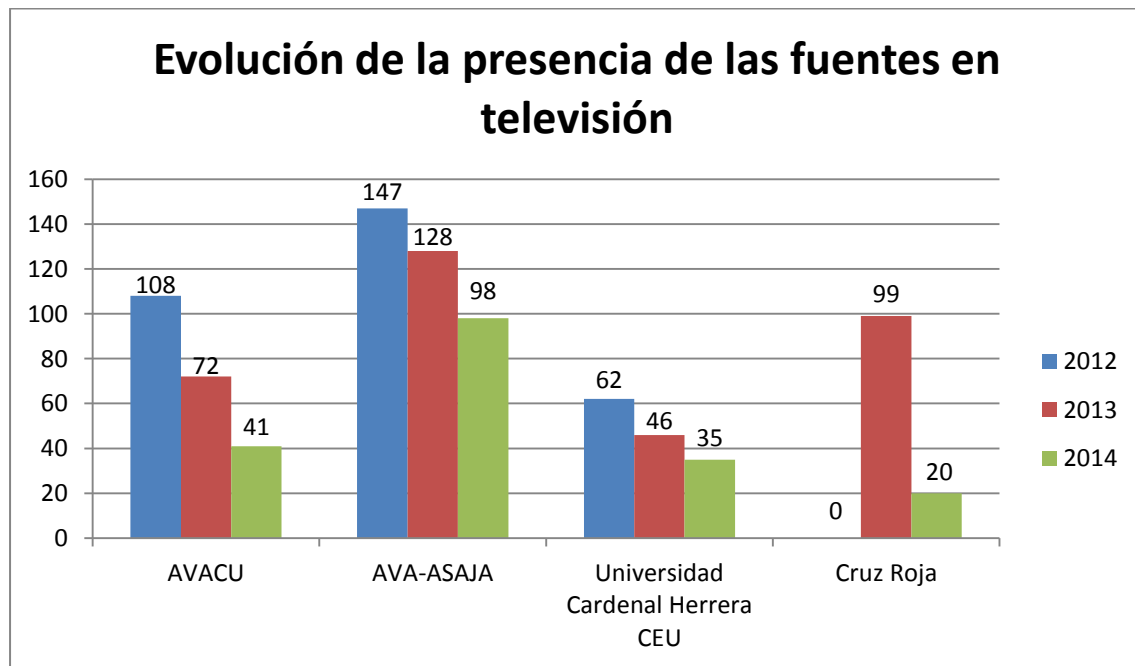
La desaparición del medio que había propiciado la visibilidad de las fuentes de escala autonómica ha repercutido de manera directa en su actividad. Durante 2014 y 2015 las dinámicas informativas de las diferentes entidades se han visto trastocadas, y esto ha tenido consecuencias, más allá del simple hecho de perder presencia visual en la sociedad para la que trabajan. El presidente de la Asociación Valenciana de Agricultores lo explica del siguiente modo:

En este sector lo hemos notado mucho. El cierre coincidió con la reforma de la PAC. [...] Nosotros necesitamos los medios como el agua, llegamos a la gente a través de los medios y renunciar al medio que más tiempo dedicaba a nuestro trabajo y que más llegaba a la gente de nuestro ámbito es un desastre. Si la gente no te ve, aunque estés trabajando a la gente no le llega. [...] Televisión Española nos saca pero no es lo mismo. Tienen sólo media hora y han de cubrir tantos temas que es imposible que la cobertura sea la misma (Cristóbal Aguado. Entrevista 5).

Se ha abundado en esa idea a lo largo del epígrafe ocho pero la traducción en cifras la concretan las propias fuentes durante las entrevistas.

La desaparición de Canal 9 —explica el presidente de Cruz Roja— significa que nosotros en este momento tenemos una difusión precaria, pese a la buena voluntad de los medios que quedan [...]. Cuantificándolo, el último año de Canal 9, Cruz Roja Comunidad Valenciana apareció 100 veces en televisión. En 2014, 20. Son dos números tan expresivos que lo dicen todo (Fernando del Rosario. Entrevista 6).

El caso de Cruz Roja no es excepcional. La situación se ha repetido con el resto de fuentes. De hecho, pese a que la mayor parte de las fuentes de escala autonómica no hacen un seguimiento expreso de su presencia en televisión, se han recogido los datos de aquellas que sí hacen ese seguimiento y la tabla arroja datos similares para todas ellas.



Fuente: elaboración propia con los datos facilitados por cada una de las entidades presentes en la tabla.

La tabla compara tres años consecutivos: 2012, con la Televisión Valenciana funcionando aún con normalidad; 2013, año del cierre de Televisión Valenciana —no sería por tanto un año completo para este medio— y por último, 2014, sin televisión autonómica y con la sola presencia de Televisión Española y algunas propuestas locales de audiencia residual. Se plantea la comparativa de este modo porque el proceso de ERE y cierre de Televisión Valenciana condicionó durante 2013 las coberturas, que no fueron, obviamente, las de un año convencional. Para que los datos sean más fieles se mantiene este año pero se añade 2012 como referencia de lo que era el funcionamiento *habitual* del medio autonómico.

La caída de la cobertura —alrededor de un 54 por ciento de media— se repite en todas las entidades de la tabla. En algunos casos, incluso, las apariciones en televisión quedan reducidas a una tercera parte.

La Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios pierde en dos años el 62 por ciento de su presencia en televisión.

En lo que afecta a AVACU, —explica su presidente— la situación ha cambiado como del día a la noche. Hemos pasado de tener una presencia semanal e incluso diaria en la televisión pública a no tener prácticamente ninguna. Es decir, ya no es una vez por semana, ahora puede ser en el mejor de los casos una vez cada tres, cuatro o cinco meses (Fernando Móner. Entrevista 7).

De hecho, en el caso de AVACU la repercusión va más allá de la visibilidad. Condiciona incluso las dinámicas de trabajo. Su presidente, Fernando Móner, apunta que mientras en 2012 enviaron 12 convocatorias de prensa, en 2013 y 2014 ese número se redujo a la mitad, seis.

En el caso de la Asociación Valenciana de Agricultores, el descenso es menor, de un 33 por ciento. No obstante, para su presidente, esa pérdida resulta irremplazable.

Hemos intentado llegar en lo posible al ciudadano, apoyándonos en los medios todo lo que hemos podido. Pero indiscutiblemente el hueco que ha dejado la ausencia de Canal 9 no se ha podido cubrir. Los demás ya estaban, y antes también nos sacaban porque también recurríamos a ellos. Nosotros somos una entidad que recurre a todos los medios, pero indudablemente el medio al que más recurría el sector agrario para llegar al ciudadano era Canal 9 y esa vía ya no existe (Cristóbal Aguado. Entrevista 5).

Algo similar ocurre con la Universidad Cardenal Herrera CEU. La institución contabilizó durante 2012 62 apariciones en televisión. En 2014 la cifra se ha visto reducida a casi la mitad, 44. Eso implica que la actividad investigadora y académica del centro resulta menos visible para la sociedad en que se desarrolla.

De hecho, desde el ámbito académico, quien fuera el diseñador y primer director del Primer Plan Valenciano de Ciencia y tecnología reconoce la trascendencia del cambio de panorama informativo.

En este país —afirma Víctor Reglero— la divulgación científica es tan escasa que, con lo poco que hay, cualquier medio que desaparezca tiene un impacto terrible. Cerrar un medio tiene aquí mucho más impacto que si se cierra una televisión en un *lánders* alemán porque en Alemania el nivel de divulgación científica en todas las cadenas de televisión es mucho más abundante que aquí (Víctor Reglero. Entrevista 13).

Pero sin duda el caso más llamativo es el de Cruz Roja. La merma de visibilidad de esta ONG alcanza el 80 por ciento en el territorio autonómico. En sólo un año, como apuntaba su presidente, las apariciones se han reducido de 99 a sólo 20.

La visibilidad de Cruz Roja —comenta Fernando del Rosario— ha disminuido. Nunca hay bastante cobertura, desde luego, pero desde 2014 aún hemos tenido menos. La precariedad de medios que pueda tener, por ejemplo, Televisión Española, hace que si tienen otras informaciones que les interesen más, han de decidir y poco queda para otro tipo de temas (Fernando del Rosario. Entrevista 6).

El resto de entidades consultadas no cuentan con datos específicos de presencia en televisión pero sí ofrecen un testimonio rotundo respecto a esta pérdida. Desde la Policía Nacional, su jefe de prensa, Manuel Castilla afirma: «En este momento la Policía Nacional ha perdido repercusión en la sociedad valenciana porque casi no se transmite la labor que realizamos» (Manuel Castilla. Entrevista 10).

Igual opinión genera la situación en el ámbito festivo. La fiesta de las Fallas, pese a ser la de mayor seguimiento mediático en la Comunidad, coincide en la caída notable de la cobertura.

La infraestructura con que cuentan las cadenas generalistas o las locales —comenta Pere Borrego— no es la misma que tenía Canal 9. Y cuando propones temas te contestan que con las cámaras que tienen no pueden dar cobertura a todos. Para que te hagan una entrevista has de desplazarte al medio o te la hacen por teléfono (Pere Borrego. Entrevista 11).

La consecuencia, obviamente, es una notable pérdida de visibilidad y por tanto de repercusión para sectores autóctonos que sin embargo tienen capacidad de salir al exterior. «Indudablemente —se lamenta el Maestro Mayor del Gremio de Artistas Falleros— no tiene ni de lejos la misma repercusión. Hemos quedado todos en la sombra» (José Ramón Espuig. Entrevista 9).



Para el mundo de la *pilota valenciana*, la repercusión es aún más extrema. La cobertura sólo puntual y brevísima de algún evento —tal como se ha expuesto en el epígrafe ocho— se traduce en la caída en picado del seguimiento de este deporte. «Ha producido —explica Vila— un total distanciamiento» (Entrevista 14).

Esa ausencia de difusión a que se refiere Waldo Vila supone que en 2014 y 2015 el relato de proximidad audiovisual en la Comunidad Valenciana no haya dado suficiente visibilidad a las fuentes de proximidad de escala autonómica. Si, como ya se ha dicho en este trabajo, en la sociedad del *homo videns* de la que habla Sartori lo que no aparece en televisión no existe, la escasa presencia de las fuentes de escala autonómica en el relato de *L'informatiu Comunitat Valenciana* supone que dichas fuentes corren el riesgo de que sus actividades pasen desapercibidas.

## 10.2. Las repercusiones de la pérdida de visibilidad

La disminución de la presencia en el relato audiovisual implica repercusiones directas en el funcionamiento y eficacia del trabajo de las fuentes. Del mismo modo que la información exhaustiva y vertebrada geográficamente generaba fenómenos de *feedback*, de manera que la información que ofrecían las fuentes volvía a ellas elaborada y complementada como información de retorno, su desaparición provoca en esas fuentes la consiguiente pérdida de esa información de retorno, con efectos inmediatos más allá de la mera pérdida de visibilidad.

En estos momentos, las fuentes han de recabar por medios propios esa información añadida que recibían antes como *feedback*. AEMET ya no dispone de imágenes de temporales, las ONGs ven mermar en el ámbito de la proximidad la repercusión de la puesta en marcha de determinadas campañas y las asociaciones de consumidores no cuentan con el testimonio directo de los usuarios. «Antes —comenta Móner— para nosotros era habitual escuchar “oiga es que he oído en Canal 9 que están llevando el tema tal, mire es que he oído en Canal 9 que...” y sí notabas que realmente había una respuesta importante en cuanto a las apariciones en ese medio televisivo. Ahora mismo no nos llega nadie que nos diga: “mire, he visto que en la *tele* dicen esto o lo otro”» (Entrevista 7).

En segundo lugar, la pérdida de visibilidad lleva aparejada una pérdida del efecto llamada. Cuando una organización hace público un llamamiento la televisión actúa como altavoz y magnifica el mensaje emitido provocando al mismo tiempo en el telespectador una respuesta. Para el presidente de la ONG Controla Club, «no tener Canal 9 hace que el grado de alcance de nuestras actividades haya caído en picado. Mientras hace cinco años había una generación que te cantaba la canción de *Si te pasas te lo pierdes* por la calle, ahora hemos tenido que priorizar los esfuerzos». En la misma línea, el presidente de Cruz Roja explicaba de qué manera la presencia en televisión de imágenes de una emergencia multiplica la respuesta solidaria. La pérdida de este mecanismo de llamada hace disminuir la reacción ciudadana y ello conlleva una pérdida de eficiencia de las organizaciones.

En el mundo de la pilota valenciana aún es posible ver una tercera consecuencia de esa pérdida de visibilidad de las fuentes. Es lo que podríamos llamar pérdida de industria, o lo que es lo mismo, un desmoronamiento de las estructuras del sector: «baja el número de clubes —explica Waldo Vila—, el número de participantes en las competiciones, incluso baja la afluencia a los trinquetes. En poco tiempo llegaremos a una situación muy similar a la que teníamos antes de abrirse Canal 9» (Entrevista 14). Esta pérdida de seguimiento tiene consecuencias económicas directas. Sin una proyección mediática los patrocinadores pierden interés y retiran el apoyo económico. «Desde el punto de vista económico —señala Vila—, también las repercusiones son importantes, sobre todo a nivel de publicidad. Buscar ahora patrocinadores es mucho más difícil porque si un evento no se emite en televisión no les resulta interesante invertir» (Entrevista 14).

Con todo, la pérdida trasciende lo meramente tangible, los efectos visibles a corto plazo, en tanto que, como deporte autóctono, la pilota forma parte de las señas de identidad de la sociedad valenciana.

En resumen, el relato de *L'Informatiu Comunitat Valenciana* no ofrece cauce suficiente a las fuentes de proximidad. En términos de dinamización social, ello se traduce en la invisibilización y pérdida de peso de numerosas actividades y no pocos sectores.

## **11. Propuestas para la ampliación del servicio de Aitana y el restablecimiento de una televisión autonómica**

### **11. Propuestas para la ampliación del servicio de Aitana y el restablecimiento de una televisión autonómica**

11.1. Propuestas para la ampliación del servicio de Aitana

11.2. Propuestas para el restablecimiento de una televisión autonómica

11.2.1. Ley del Servicio Público de Radiotelevisión Valenciana

11.2.2. Ley para la Recuperación del Servicio Público de Radiodifusión y Televisión de Ámbito Autonómico, de titularidad de la Generalitat

No tener medios de comunicación propios, como la experiencia de los meses transcurridos desde el cierre de RTVV ha puesto de manifiesto, supone que se está privando a las ciudadanas y los ciudadanos de nuestra comunidad de unos derechos que sí que tienen el resto de españoles. Derechos como, por ejemplo, el recogido en la Constitución española, en el artículo 3.2, cuando reconoce las diferentes modalidades lingüísticas del territorio del Estado como un patrimonio cultural objeto de especial respeto y protección, o, en el artículo 20.3, cuando exige que en el acceso de los grupos sociales y políticos a los medios de comunicación se respete el pluralismo de la sociedad y de las diferentes lenguas de España (*Ley 12/2015, de 29 de diciembre, para la Recuperación del Servicio Público de Radiodifusión y Televisión de Ámbito Autonómico, de titularidad de la Generalitat, Preámbulo*).

A lo largo de todo el periodo de análisis la situación de déficit informativo que se ha venido exponiendo en este estudio ha generado una serie de iniciativas de carácter tanto periodístico como legislativo, dirigidas a restaurar el nivel informativo de escala autonómica del que disfrutaba la Comunidad Valenciana desde hacía casi un cuarto de siglo.

Entre las iniciativas de tipo periodístico, más allá de los intentos frustrados desde alguna entidad pública menor<sup>72</sup>, destacan las negociaciones llevadas a cabo entre Televisión Española y la Generalitat Valenciana para ampliar las franjas de la desconexión, con el objetivo de «promover la difusión de los acontecimientos de interés para la región, atendiendo en especial a su cultura y su idioma»<sup>73</sup>.

Desde el punto de vista legislativo, en estos dos años llegarán a aprobarse —aunque sin verdadera traducción práctica— dos normas con rango de Ley: la Ley de Servicio Público de Radiotelevisión Valenciana y la ley para la Recuperación del Servicio Público de Radiodifusión y Televisión de Ámbito Autonómico

A continuación se detallarán todas estas iniciativas que, no obstante, a lo largo del periodo de análisis, no se han llegado a plasmar en medidas concretas de carácter efectivo.

### **11.1. Propuestas para la ampliación del servicio de Aitana**

La pérdida del relato de proximidad tras 24 años de emisiones de la cadena autonómica trastocó las rutinas informativas de la ciudadanía y generó, como se ha expuesto en este estudio, un déficit en la cobertura de asuntos de especial interés para la sociedad valenciana. Desde el momento del cierre de Televisión Valenciana, la Generalitat intenta poner en marcha algunos mecanismos que atenúen la falta de ese relato y se valora hacer recaer en la delegación de Televisión Española la cobertura.

A finales de 2013 comienza a tantearse la posibilidad. De hecho, sólo una semana después de cerrar la televisión autonómica, el asunto está en la agenda de la prensa de la Comunidad:

Profundizar en las desconexiones territoriales de TVE ha formado parte de los planes del Consell desde que la posibilidad de que el TSJCV declarara nulo el ERE que garantizaba la continuidad de Canal 9 comenzó a ocupar los maitines (EL MUNDO 4/12/2013).

---

<sup>72</sup> La Diputación de Valencia anunció la puesta en marcha de un proyecto de televisión de titularidad pública que centraría su programación en la cobertura de asuntos de interés para la Comunidad Valenciana y, fundamentalmente, para la provincia de Valencia. Dicho proyecto nunca llegó a materializarse.

<sup>73</sup> <http://www.rtve.es/rtve/20140429/rtveampliarasuprogramacionterritorialcomunidadvalenciana/929980.shtml> (descarga realizada el 11 de febrero de 2016).

Desde Madrid, ya en diciembre de 2013, el director general de Televisión Española, Leopoldo González-Echenique, se pronuncia públicamente dispuesto a «sondear» la posibilidad de ampliar sus desconexiones en Valencia. Y en enero de 2014 el aún presidente de la Generalitat Alberto Fabra, reconoce que las negociaciones están en marcha. Así lo confirma la prensa:

El propio presidente de la Generalitat, Alberto Fabra, confirmó este martes las negociaciones, hasta el punto de que subrayó que el «modelo de desconexiones de TVE» en la Comunidad Valenciana «va a ser una realidad» (ABC, Comunidad Valenciana. 8/01/2014).

Las negociaciones se llevan directamente entre Generalitat y la dirección general de Televisión Española y se prolongan prácticamente durante todo el periodo de análisis de este estudio. El *modelo* prevé básicamente ampliar con una ventana vespertina de dos horas las franjas de desconexión territorial que Televisión Española ofrece a la Comunidad Valenciana. Según explica en su página web la propia Televisión Española, el acuerdo que se va a suscribir «tendría como objetivos promover la difusión de los acontecimientos de interés para la región, atendiendo en especial a su cultura y su idioma».

Sé que se abrirá una ventana de dos horas, –explicaba en 2014 el delegado de Televisión Española–; no sé si de lunes a viernes o de lunes a domingo, eso lo desconozco. Sé que una hora será de magazine territorial, sobre todo para hablar de tradiciones, fiestas, cultura, y la otra hora será de ficción. [...] Los informativos se mantienen como están. En esa franja no irán informativos (Gomar en Entrevista 21).

El 29 de abril de 2014 la secretaria autonómica de presidencia, Cristina Macías, comparece ante la comisión de control de Les Corts y la propia RTVE confirma en su página web que RTVE «ampliará su programación territorial en la Comunidad Valenciana»:

La programación se llevaría a cabo preferentemente en La 2 de TVE y se centrará en la emisión de hasta dos horas de programación diaria, de 19 a 21 horas. En cuanto a los contenidos, se habilitarán dos bloques de programas en dicha franja horaria: un espacio magazine y una serie de ficción. El primero de ellos prestará una especial atención a temas de interés general para la Comunidad y para los valencianos, como son la sanidad, el consumo, la educación, la cultura, el turismo, la economía, la industria o el deporte, entre

otros. La serie de ficción, por su parte, se centrará en la cultura y en las costumbres, así como en la riqueza paisajística del territorio ([www.rtve.es](http://www.rtve.es))<sup>74</sup>.

Sin embargo, sólo unos meses después, a finales de agosto de ese mismo año el diario EL PAÍS publica el siguiente titular: «*La desconexión en RTVE, cara y complicada*»<sup>75</sup>. Las certezas han desaparecido y las previsiones se vuelven, según la prensa, menos optimistas: «La intención del Gobierno valenciano de compensar el cierre de Ràdio Televisió Valenciana (RTVV) con dos horas de desconexión diaria en La 2 de Radio Televisión Española empieza a desvanecerse» (EL PAÍS, 29/08/2014)<sup>76</sup>.

El proyecto topa con dos tipos de dificultades. De un lado las político-legales. La ley aprobada con los votos del Partido Popular impide la prestación del servicio público de radio y televisión de ámbito autonómico *prestado por cualquier medio o canal de difusión* por parte de la Generalitat. De otro lado, las económicas. La situación financiera de Televisión Española es complicada, tanto que ha llevado al ente a anunciar el cierre de *Teledporte*. En ese contexto, la televisión pública está dispuesta a abrir una nueva franja de desconexión territorial, pero sólo si es la Generalitat Valenciana quien asume los costes de dicha desconexión.

Televisión Española cuantifica el coste de emisión de esa franja de dos horas en diez millones de euros anuales. La cantidad es, según reconoce la portavoz del Consell, ante la prensa, inasumible: «Les trasladamos que consideramos que era excesivamente elevado para este momento que estamos viviendo. [...] la negociación no está finalizada ni mucho menos pero es verdad que no ha avanzado en los últimos meses» (María José Català, consellera portavoz, en 20 MINUTOS, 13/03/2015)<sup>77</sup>.

Sólo 15 días después, en la entrevista realizada para este estudio al delegado territorial de Televisión Española, Javier Gomar confirma:

Finalmente no se ha puesto en marcha ninguna nueva franja de programación. De entrada, he de decir que no he sido yo quien ha llevado a cabo las negociaciones, que se llevaron directamente entre la Generalitat y Madrid. Evidentemente no es nada barato hacer una

---

<sup>74</sup> <http://www.rtve.es/rtve/20140429/rtveampliarasuprogramacionterritorialcomunidadvalenciana/929980.shtml> (descarga realizada el 11 de febrero de 2016).

<sup>75</sup> [http://ccaa.elpais.com/ccaa/2014/08/29/valencia/1409332366\\_715404.html](http://ccaa.elpais.com/ccaa/2014/08/29/valencia/1409332366_715404.html) (descarga realizada el 10 de febrero de 2016).

<sup>76</sup> Ídem

<sup>77</sup> <http://www.20minutos.es/noticia/2403898/0/consellrechazapagartve10millonesanualespordesconexionreclamamayorpresenciasectorvalenciano/> (descarga realizada el 10/02/2016)

desconexión. Estoy hablando técnicamente, después hay que entrar en producción y contenidos, que tampoco lo son porque la televisión, fundamentalmente es cara. Pero yo entiendo que en un momento en que no se ha llegado todavía a la finalización total de la liquidación de Radiotelevisión Valenciana, era quizás un momento todavía poco propicio para abrir una posibilidad que, además, iba a resultar onerosa para las arcas de la Generalitat. Y si me apuras todavía más, creo que tampoco era el momento, con unas elecciones a la vista. Creo que la prudencia al final ha llevado a esperar a que las cosas se vayan normalizando (Entrevista 15).

El periodo 2014-2015 se cierra, en definitiva, como se abrió, sin esa franja de proximidad anunciada y sin ninguna previsión de que vaya a ponerse en marcha en algún momento.

Las opciones televisivas barajadas para ofrecer un servicio público de proximidad se centran en volver al estado de cosas de los últimos 24 años: poner en marcha una televisión pública de ámbito autonómico.

## **11.2. Propuestas para el restablecimiento de una televisión autonómica**

El cierre de TVV generó un amplio movimiento social en la Comunidad Valenciana y éste se tradujo en la puesta en marcha de una Iniciativa Legislativa Popular avalada por 83.000 firmas.

El proyecto llevó hasta las Cortes Valencianas la mengua que la información de proximidad, entre otros aspectos, había experimentado durante 2014 y 2015 en la Comunidad. El resultado es la aprobación de una ley que, no obstante, no ha llevado a ninguna parte. De hecho, ha servido tan sólo para impedir aquello que postulaba.

Este estudio dará cuenta del contenido de dicha ley, poniendo el acento en el argumentario de la misma, que apela a la defensa de unos rasgos de identidad que se han venido analizando a lo largo de este trabajo.

### *11.2.1. Ley 5/2015, de 2 de abril, del Servicio Público de Radiotelevisión Valenciana*

Sólo un año y medio después del cierre de Televisión Valenciana los mismos votos del Partido Popular permiten aprobar en Les Corts una nueva norma con rango de ley en

sentido opuesto a la que cerró el medio de proximidad: la Ley 5/2015, de 2 de abril, del Servicio Público de Radiotelevisión Valenciana.

La aprobación de dicho texto nace, como se ha dicho, como respuesta a la presentación a final de 2014, de una Iniciativa Legislativa Popular, impulsada por amplios sectores de la sociedad valenciana y respaldada por más de 83.000 firmas que exigen el retorno de la cadena autonómica con un argumento fundamental:

Se regula así el contenido esencial del derecho a disfrutar de medios de comunicación audiovisuales públicos y en valenciano, que contribuirán a fortalecer la identidad, la lengua, la cultura y el carácter de nuestro pueblo expresando la legitimidad y la capacidad del pueblo valenciano para dotarse de los instrumentos necesarios para ejercer su autonomía política y crear medios de comunicación audiovisual propios (como son la radio, la televisión y los servicios audiovisuales y de la sociedad de la información) que sirvan para profundizar en la normalización lingüística y cultural en el ámbito de la información y la comunicación<sup>78</sup> (Exposición de motivos ILP).

Sometido a debate parlamentario, el texto de la Iniciativa Legislativa Popular es apoyado por todos los grupos políticos. Sin embargo, el Partido Popular presenta una serie de enmiendas, en torno al uso de la lengua y a la *exigencia* de los medios, que provocan el rechazo del resto de grupos y de los propios promotores de la iniciativa.

El Preámbulo de la Ley recoge la exposición de motivos presentada por la Iniciativa Legislativa Popular: «La realidad demuestra que la garantía del derecho a recibir y comunicar ideas e información en lengua propia no se puede confiar en exclusiva a las derivas de un mercado cambiante» (Preámbulo. Ley 5/2015, de 2 de abril, del Servicio Público de Radiotelevisión Valenciana). Sin embargo, donde la iniciativa apuntaba que «ello hace necesaria la existencia de unos servicios de comunicación audiovisual autonómicos y en idioma valenciano de titularidad pública», la redacción final de la ley sustituye esa «exigencia de unos medios de comunicación audiovisual autonómicos» por una fórmula bien distinta que deja la exigencia en mero consejo: «hace aconsejable, siempre que la situación coyuntural lo permita, la existencia de unos servicios de comunicación audiovisual autonómicos y en idioma valenciano de titularidad pública».

---

<sup>78</sup> Según argumenta la exposición de motivos de la Iniciativa Legislativa Popular.



Modificaciones semejantes se introducen en diferentes artículos de la redacción final de la norma. La fórmula «cuando la coyuntura lo permita» se repite en el artículo 2, y la idea vuelve a estar presente en el artículo 7 y, sobre todo, en la disposición adicional tercera (que no existía en la Iniciativa Legislativa Popular) donde se detallan las condiciones para hacer efectiva la puesta en marcha de nuevos medios audiovisuales públicos.

El uso exclusivo del valenciano exigido por la Iniciativa Legislativa Popular es el otro punto de fricción de la Ley. Las enmiendas populares sustituyen esa exclusividad por la fórmula más ambigua «preferentemente». E introducen en el articulado el uso de «las dos lenguas oficiales de la comunidad» (art.5). Todo ello, y la eliminación de la exigencia de gestión directa de los medios públicos, provoca el rechazo del resto de grupos políticos de la Cámara e incluso de los propios promotores de la Iniciativa Legislativa Popular, que consideran que el articulado definitivo da al traste con el espíritu de su propuesta.

Finalmente, la mayoría absoluta del grupo popular en las Cortes permite al Partido Popular en el gobierno sacar adelante en solitario el texto con las enmiendas introducidas. Sin embargo, las limitaciones impuestas por la propia Ley harán que no llegue a concretarse en ningún tipo de medida efectiva. Sólo se convertirá en obstáculo —como se explicaba más atrás— para la puesta en marcha de una programación capaz de paliar en alguna medida la carencia.

En definitiva la Ley 5/2015, de 2 de abril no ha pasado de ser papel mojado. Estará en vigor, aunque sin uso, apenas ocho meses.

El 29 de diciembre de 2015, Les Corts aprueban una nueva ley para la recuperación del servicio público de radiodifusión y televisión de ámbito autonómico. La norma deroga la Ley 5/2015, de 2 de abril, así como la de disolución de Radiotelevisión Valenciana de 2013. Elimina la polémica fórmula *cuando las condiciones económicas lo permitan* y fija unos plazos máximos para la aprobación de la nueva ley reguladora de RTVV.

#### *11.2.2. Ley 12/2015, de 29 de diciembre, para la Recuperación del Servicio Público de Radiodifusión y Televisión de Ámbito Autonómico, de titularidad de la Generalitat*

Con una nueva mayoría en Les Corts, y tras dos años sin solución efectiva a la situación de déficit informativo en la escala autonómica, el último pleno del año 2015 sirve a la Cámara para sacar adelante la nueva ley de recuperación del servicio público de

radiodifusión y televisión de ámbito autonómico —que será publicada en el BOE el 10 de febrero de 2016—.

La norma se aprueba con los votos a favor de PSPV, Compromís y Podemos y la abstención del Partido Popular y Ciudadanos, y nace como un intento de superar el callejón sin salida a que había conducido la Ley 5/2015 de 2 de abril, y dar respuesta a las necesidades de servicio público que han quedado —como expone este estudio— al descubierto.

El objeto de esta ley es recuperar el servicio público de radiodifusión y televisión de ámbito autonómico, y asentar las bases para preparar el nuevo modelo de los medios de comunicación audiovisuales públicos autonómicos, en el marco de la promoción y defensa de la identidad, la lengua y la cultura de nuestro pueblo, al mismo tiempo que expresar la legitimidad y la capacidad del pueblo valenciano para dotarse de los instrumentos necesarios para ejercer su autonomía política y crear medios de comunicación audiovisual propios (como son la radio, la televisión y los servicios audiovisuales y de la sociedad de la información) que sirvan para profundizar en el conocimiento, el fomento y la difusión de la lengua y cultura valencianas en el ámbito de la información y la comunicación, y al mismo tiempo se conviertan en elementos fundamentales para la vertebración de nuestra comunidad (Ley 12/2015, de 29 de diciembre, Preámbulo).

La Ley se nutre de toda la legislación expuesta en el primer capítulo de este estudio, no sólo en materia de televisión pública sino también en las normas básicas que sustentan el estado de las autonomías. Y nace con una única función: servir de punto de partida al diseño de un nuevo proyecto de televisión pública de escala autonómica. «Se considera necesario —explica el Preámbulo de la Ley— desarrollar una actuación legislativa que sienta las bases generales para que el pueblo valenciano pueda volver a gozar de unos servicios de comunicación audiovisual propios, públicos y en idioma valenciano».

Con esas premisas, el argumentario de la norma incide en el déficit generado sobre todo en el ámbito de la protección de la lengua propia y la vertebración del territorio:

Paradójicamente, mientras que en los últimos años se han multiplicado las iniciativas comunicativas en castellano, las emisiones en valenciano se han reducido incluso, como es el caso de las de RTVV, que durante más de 20 años había sido el medio público de radio y televisión autonómico, han desaparecido. El resultado es que si antes el valenciano ya estaba infrarrepresentado en los medios audiovisuales, en la actualidad es prácticamente

inexistente. Hay que recordar que el uso y la promoción del valenciano implican la defensa de la identidad, los valores y los intereses del pueblo valenciano y de su patrimonio cultural. La riqueza del lenguaje, de las fiestas populares y otras manifestaciones de nuestras formas de entender, construir y vivir la realidad son parte substancial de nuestra cultura tanto como lo son los vestigios materiales de nuestra historia. Y solo unos medios audiovisuales públicos y valencianos pueden recoger, preservar y proyectar al futuro la vitalidad y la fuerza de nuestra lengua, la producción cultural de los valencianos en todo tipo de ámbitos, nuestras costumbres y la personalidad del pueblo valenciano.

La Ley 12/2015, de 29 de diciembre, no concreta cuál habrá de ser el modelo ni de qué modo habrá de restablecerse ese servicio público pero sí sienta en su articulado las bases *sine qua non* que deberán sustentar el servicio:

El servicio público de radiodifusión y televisión de ámbito autonómico de titularidad de la Generalitat tendrá como objetivos fundamentales contribuir a la vertebración territorial de nuestra Comunitat, así como la difusión de nuestra cultura, nuestra lengua, nuestra historia y nuestros rasgos identitarios y fomentar el sector audiovisual valenciano. Los contenidos informativos tendrán que reflejar el pluralismo social y político de nuestra sociedad, y prestar una atención particular a las necesidades de información de proximidad (Ley 12/2015, de 29 de diciembre, Art.2.1).

Con titularidad pública y gestión directa, la norma exige en el artículo 2.2 que la emisión sea en valenciano y plurilingüe —siempre que sea técnicamente posible— y que se garantice la cobertura en todo el territorio autonómico, con máxima continuidad de emisión, emisión en abierto y gratuidad del producto ofrecido.

Es sólo el punto de partida para la reversión del servicio de información de proximidad al estado anterior a 2014. La Ley no profundiza en más detalles de contenido ni da más pautas<sup>79</sup>. No obstante, establece un plazo cerrado de obligado cumplimiento para Les Corts: «Corresponde a Les Corts, en el plazo máximo de seis meses desde la presentación del primer informe de situación de RTVV por los liquidadores, dictar la Ley reguladora de los servicios de radiodifusión y televisión de la Generalitat Valenciana» (Ley 12/2015, de 29 de diciembre, Disposición Adicional Primera)

---

<sup>79</sup> Los artículos 3 y 4 de la ley sí hacen hincapié en el proceso de liquidación de RTVV y la consideración de sus trabajadores en un futuro proyecto de radiotelevisión pública. No obstante, son ámbitos que exceden el objeto de este estudio y por ello no se detallarán aquí.

A 29 de diciembre de 2015, esta ley pone por tanto en marcha la cuenta atrás para revertir la situación que ha conducido a la Comunidad Valenciana a permanecer dos años sin el relato informativo de proximidad que durante un cuarto de siglo le brindó Televisión Valenciana.

## **IV**

### **CONCLUSIONES**



## CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES

La hipótesis de partida de este trabajo plantea que durante los años 2014 y 2015 la información de proximidad de escala autonómica ofrecida por la televisión pública ha sido deficitaria en la Comunidad Valenciana.

La investigación realizada permite ratificar esta hipótesis. Se puede concluir que durante 2014 y 2015 la Comunidad Valenciana ha experimentado la pérdida de la mayor parte del relato de proximidad que se le venía ofreciendo desde las televisiones públicas.

A lo largo de 24 años de emisión los informativos de Televisión Valenciana crearon rutinas informativas en los ciudadanos de la Comunidad.

- Se situó en la agenda informativa de la sociedad valenciana la información de escala autonómica. Se dio reflejo a la identidad, las peculiaridades, similitudes y diferencias de una sociedad que hasta ese momento había sido un todo desde el punto de vista administrativo y político pero no lo era tanto socioculturalmente.
- Se normalizó el uso del valenciano en los medios y se hizo común entre las fuentes. Se llevó a cabo —sobre todo en algunas áreas de contenido, como los deportes, la meteorología o la tauromaquia— una labor didáctica y de normalización en lo que se refiere al conocimiento de la lengua propia.
- Se dio visibilidad al mapa de la Comunidad Valenciana —entendido como espacio físico y como geosímbolo—. Y con ello se generalizó el conocimiento social del territorio autonómico y su consideración como un todo. Se hizo por tanto una tarea de vertebración territorial en el imaginario colectivo. El relato informativo de proximidad ofrecido por la cadena pública autonómica otorgó presencia a pueblos y pedanías que hasta ese momento habían permanecido invisibles y en consecuencia desconocidos para la mayor parte de población, asentada en las zonas del litoral y concentrada en los grandes núcleos urbanos. Les permitió de ese modo formar parte de un todo llamado Comunidad Valenciana y acercó a unos y otros al resto del territorio.

- Los informativos de la televisión autonómica dieron voz y visibilidad a buen número de fuentes de escala autonómica que hasta el momento de ponerse en marcha el canal público habían tenido una presencia escasa o prácticamente nula en televisión. Eso repercutió de manera directa en sus rutinas informativas y en un incremento de su actividad y su visibilidad en la sociedad y en el resto de medios.

Tras el cierre del medio público autonómico este estudio permite concluir que todas esas rutinas se ven interrumpidas de repente y la mayor parte del relato de proximidad que se venía ofreciendo al ciudadano desde las televisiones públicas se pierde.

No obstante, esta conclusión central se concreta en otras ocho que básicamente ratifican las hipótesis de las que partía este trabajo.

## **1. Déficit en la información televisiva de proximidad**

El cierre de la cadena pública autonómica ha generado una situación de claro déficit en la información televisiva de proximidad. En valores absolutos las horas dedicadas a la información de proximidad quedan reducidas en la televisión pública a poco más de ciento cincuenta minutos semanales, apenas una hora y media.

Este estudio demuestra que el 94 por ciento del relato ofrecido por *L'Informatiu Comunitat Valenciana* se ajusta al parámetro —valor-noticia— de la proximidad. No obstante, pese a la condición de informativo de proximidad de la desconexión de Televisión Española, su escaso tiempo de emisión y medios condiciona el tipo de informaciones y limita las coberturas que ofrece.

Un cuarto de siglo de informativos autonómicos ha generado una serie de rutinas informativas en la sociedad que difícilmente son reversibles a corto plazo. El contraste entre este tipo de información de proximidad y la que ha ofrecido la televisión pública nacional en 2014 y 2015 se salda con un claro déficit informativo en la escala autonómica que se deja notar en todas las áreas informativas.

En política, en año preelectoral y, sobre todo en año electoral, el acceso a la información se restringe por la falta de medios y tiempo de emisión. Sin un programa especial que los detalle, los resultados de las elecciones en el ámbito de la Comunidad Valenciana y en sus



diferentes comarcas y municipios pasan completamente desapercibidos hasta 24 horas después. Y en la mayor parte de municipios y comarcas de la Comunidad no llegan ni siquiera a darse. La información emitida es fundamentalmente de ámbito autonómico. Los ámbitos local y comarcal quedan en la sombra.

En economía, la presencia de los diferentes sectores productivos es tan residual y falta de seguimiento que resulta casi inexistente. En cualquier caso sería insuficiente pero si tenemos en cuenta que la economía valenciana es en 2015 la cuarta economía del panorama nacional<sup>80</sup>, resulta aún más llamativo. La agricultura y el turismo pierden visibilidad y su cobertura, como reconocen las fuentes de ambos sectores, resulta más testimonial que útil. La información bursátil, pese a contar Valencia con una de las cuatro únicas bolsas de España, ni siquiera existe.

Los sucesos concretan su cobertura en aquellos hechos noticiosos de mayor impacto —constituyen el sesenta y uno por ciento de las noticias de sucesos—. Se trata siempre de sucesos que traspasan el relato informativo autonómico para incluirse en la escaleta del Telediario.

La información de tribunales se circunscribe básicamente a los grandes juicios por corrupción. El resto de ámbitos apenas aparecen reflejados en el relato.

El área de sociedad, pese a llevarse un porcentaje alto del tiempo de información, pierde notable visibilidad porque incluye una amplia miscelánea de asuntos. Las fuentes de proximidad concretan la pérdida en este ámbito en el tiempo de dedicación pero también en el tipo de cobertura episódica que se ofrece y en la limitación que se exige en cuanto a las localizaciones. Meteorología, consumo o cooperación son tres de los ámbitos donde el descenso en el volumen de información resulta más llamativo (hasta un 80 por ciento).

Los deportes quedan limitados al fútbol de primera división. El seguimiento de los cuatro equipos de primera división con que cuenta la Comunidad durante buena parte del periodo de análisis<sup>81</sup> acapara el 74 por ciento de las informaciones deportivas. Este es el único ámbito de la información de proximidad del que puede afirmarse que recibe un

---

<sup>80</sup> Según datos del INE, la Comunidad Valenciana, con un Producto Interior Bruto de 101.604 millones de euros, representa en 2015 el 9,8 por ciento del PIB nacional.

<sup>81</sup> La Comunidad Valenciana es, junto con la Comunidad de Madrid, la única que cuenta en las temporadas 2013-2014 y 2014-2015 con cuatro equipos en la Primera División de la Liga. Hay que recordar que, como ya se ha apuntado antes en este estudio, durante los últimos meses de análisis la caída a segunda división del Elche CF reduce este número a tres.

seguimiento informativo. El resto de deportes tienen una presencia testimonial, lo que es especialmente relevante en el caso de la *pilota valenciana* que, por su condición de deporte autóctono tiene una consideración especial en este estudio.

El área de cultura, pese a tener una función fija en el relato como cierre del informativo, limita su cobertura a manifestaciones culturales que tienen lugar en Valencia o Alicante. Las fiestas y tradiciones sufren especialmente el déficit informativo porque, salvo las más conocidas fuera de la Comunidad —las Fallas, básicamente— el resto quedan eclipsadas, incluso en muchos casos ni siquiera aparecen.

En este sentido se puede concluir que la información de proximidad ha quedado desatendida en televisión, de tal forma que la narración de escala autonómica que se ofrece ya no es un espejo de la sociedad que muestra y por ello, pierde consistencia la identificación del ciudadano con el relato.

## **2. El uso del valenciano desaparece casi completamente**

El uso del valenciano se ha visto reducido drásticamente en las pantallas de televisión. La Comunidad Valenciana es en estos momentos la única comunidad autónoma con lengua propia sin un medio de comunicación público en dicha lengua.

Durante 2014 y 2015, este estudio ha constatado que, pese a las exigencias de la ley y el estatuto de Radiotelevisión Española, el uso del valenciano en el informativo territorial se limita a un 40 por ciento del escaso tiempo dedicado a la información autonómica y básicamente se concentra en las entradillas y platós locutados por el presentador del informativo. El resto del relato de proximidad se emite en castellano, de manera que aquella asociación normalizadora del idioma con el relato televisivo desaparece.

El estudio permite concluir que este abandono del uso de la lengua propia tiene consecuencias. A corto plazo esto supone:

- 2.1. Incumplimiento de la difusión exigida por la legislación**, tanto por la específica —el propio estatuto de Radiotelevisión Española— como por las normas básicas del estado de las autonomías —la Constitución y el Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana—. La tarea de salvaguarda y

recuperación de la lengua propia otorgada por la legislación a los medios públicos queda incumplida y sin ninguna posibilidad de cumplirse en las actuales circunstancias.

**2.2. Alejamiento de los espectadores respecto del relato.** Una de las virtudes que tuvo la emisión de información televisiva en valenciano fue generar una clara aproximación del relato al ciudadano. Escuchar en lengua propia la narración de lo que ocurría en el entorno más cercano aproximaba el mensaje y al medio a la sociedad. Informar en castellano, sobre todo en comarcas valencianoparlantes, aleja el relato, que ya no resulta tan familiar ni tan cercano como cuando sonaba en la lengua propia.

**2.3. Freno a la labor de normalización.** La utilización del valenciano en los medios de comunicación, especialmente en televisión, se recoge en la Ley de Uso y Enseñanza del Valenciano como medio fundamental para lograr la normalización de la lengua minorizada. La desaparición del valenciano en los relatos de proximidad supone, pues, un freno importante a esa labor y detiene el proceso de aprendizaje casi inconsciente que propiciaba su uso en los informativos.

Más allá de estas consecuencias inmediatas los efectos a largo plazo no son aún cuantificables. No obstante, es previsible un retroceso en el proceso de normalización y uso de una lengua todavía minorizada.

### **3. El mapa autonómico desaparece casi por completo de las pantallas**

El mapa de la Comunidad Valenciana —símbolo metonímico de la sociedad que representa— ha desaparecido casi por completo de las pantallas y eso lo borra o cuando menos lo difumina en el imaginario colectivo.

El relato que compone *L'Informatiu Comunitat Valenciana* no hace hincapié en las localizaciones. Dibuja un territorio borroso con rasgos que perjudican notablemente la labor de vertebración que la legislación atribuye a los medios públicos. Tras analizar dos años de muestra se puede concluir que:

**3.1. Se presenta un territorio sin articular.** El mapa que dibuja *L'Informatiu Comunitat Valenciana* refleja un territorio inarticulado, desequilibrado, básicamente urbano, y restringido en buena medida a la ciudad de Valencia y su área metropolitana.

En la capital autonómica se localiza el 47 por ciento de la narración informativa. Eso presenta una imagen hipertrofiada de la ciudad frente al resto del territorio autonómico.

De hecho, el peso del relato recae sólo sobre algunos grandes núcleos urbanos. Junto a la ciudad de Valencia, Alicante, Elche, Vila-real, Paterna y en menor medida Castellón resumen básicamente los escenarios de la narración.

**3.2. Invisibilidad del ámbito rural.** El ámbito rural se vuelve prácticamente invisible, sobre todo las zonas de interior de la Comunidad.

La pérdida de presencia es más acusada cuanto más nos alejamos del entorno de la ciudad de Valencia y, en igual medida, del resto de núcleos urbanos citados en el punto anterior, de tal manera que se puede concluir que cuanto mayor es la distancia de las capitales de provincia, más compleja es la cobertura de cualquier asunto informativo y por tanto mayor ha de ser la envergadura de la noticia para que tenga reflejo en el relato.

La presencia de la mayor parte de municipios y pedanías de la Comunidad es nula. En la muestra sólo tienen reflejo un 24 por ciento de los municipios que componen el territorio autonómico y es, en la mayor parte de los casos, un reflejo puntual. La falta de cobertura es más acusada en los pueblos que componen las comarcas del interior. De hecho, cuatro de las cinco comarcas que no tienen ninguna presencia en el relato de la muestra son comarcas de interior. No obstante en general ninguna de las 33 comarcas que constituyen la Comunidad alcanza —sumando el tiempo de presencia de todos sus municipios— el diez por ciento del relato de la muestra.

**3.3. La división comarcal no existe para el relato.** Más allá de la nula presencia del territorio de cada comarca, la propia división comarcal desaparece del relato.

Como entes territoriales no se contemplan en la narración que ofrece *L'Informatiu Comunitat Valenciana*.

El relato de proximidad que ofrece la desconexión de Televisión Española no hace referencia, salvo en contadas ocasiones, al concepto comarca. Ni siquiera gráficamente, el mapa presentado en el espacio *El Tiempo* muestra la división comarcal. Es en realidad de un mapa mudo.

Pese a que no se trata de entes con valor administrativo, la división comarcal responde a las características y peculiaridades concretas de cada zona. La tradicional estructura comarcal está muy imbricada en el imaginario colectivo de la sociedad valenciana. Por ello, que la narración la ignore provoca un distanciamiento en el espectador que está acostumbrado a esa localización territorial y la siente como propia.

En definitiva, el mapa, y en general el tipo de cobertura territorial, que refleja la narración permite concluir que el componente vertebrador del relato es casi nulo.

#### **4. La información de proximidad que se ofrece es genérica, episódica y esquemática**

En el ámbito de la Comunidad Valenciana la televisión pública continúa emitiendo un relato de proximidad de escala autonómica. Sin embargo, éste se compone de informaciones genéricas y tiene por ello carácter esquemático.

Se da cobertura a los hechos noticiosos pero se hace siempre desde un enfoque genérico, que no entra al detalle de lo ocurrido ni hace seguimiento de los hechos noticiosos ni distingue localizaciones del hecho expuesto.

**4.1. Informaciones de alcance.** Los condicionantes de medios y tiempo con que trabaja la desconexión territorial impiden ofrecer las informaciones en profundidad. En media hora de informativo es imposible, salvo que el hecho noticioso tenga tanta envergadura que monopolice el relato, desgranar los diferentes aspectos de una información. Por ello, los asuntos que logran llegar a la escaleta reciben sólo una cobertura puntual y una narración esquemática. La

preeminencia del formato *plató* frente al resto de formatos (35 por ciento) abunda en este esquematismo.

**4.2. Localizaciones inespecíficas.** En un 11 por ciento de la muestra la información no está localizada o la localización es genérica. Pero incluso aunque el *off* de la información cite las diferentes localizaciones donde se produce el hecho noticioso y aun cuando detalle datos concretos de cada una de ellas, las imágenes del vídeo acostumbra a ser inespecíficas, no localizadas o localizadas en la ciudad de Valencia o su entorno. De hecho, es frecuente, cuando el asunto es urbano, que se edite el vídeo con planos de calles indeterminadas o carreteras sin localizar. Si el entorno es rural los campos son planos cerrados de plantaciones de cítricos, almendros, o viñas que podrían pertenecer a cualquier punto del territorio.

**4.3. No se hace seguimiento de las noticias.** El criterio de cobertura se vincula habitualmente a las necesidades informativas del Telediario. El producto de proximidad es una función secundaria para la delegación de un medio de ámbito nacional. Por ello, la cobertura de los asuntos acostumbra a ser episódica, más vinculada a la noticia de alcance que a la información en profundidad y rara vez los noticias tratadas tienen continuidad salvo que la tengan para el Telediario —es el caso del fútbol de primera división que entra de lleno en esta categoría de demanda informativa del Telediario—. El resto de ámbitos no reciben ningún tipo de seguimiento por parte del informativo autonómico. La desconexión territorial es un relato esquemático compuesto de titulares aislados sin continuidad en el tiempo.

En conclusión, con independencia de la reducción de información en valores de tiempo absolutos, este enfoque genérico aporta todos los datos básicos de la noticia pero priva al espectador de la sensación de proximidad y de identificación que producen el detalle y la localización precisa.

## 5. El elemento autóctono pierde peso hasta casi desaparecer del relato informativo

Este estudio ha venido considerando como elementos autóctonos todos aquellos ámbitos informativos o manifestaciones socioculturales peculiares y de especial raigambre, desde la agricultura característica de la Comunidad hasta el deporte autóctono o las manifestaciones festivas más tradicionales. Son estos ámbitos, de difícil exportación al exterior, los que más notan el déficit informativo.

Excepción hecha de alguna fiesta tradicional sobradamente conocida fuera de la Comunidad, como las Fallas, o curiosamente la Tomatina, el resto de asuntos vinculados con lo autóctono, no tienen apenas cabida en el relato.

La pérdida de presencia es mayor cuanto más *propio*, más identitario, es el hecho narrado. Y cuanto mayor es el nivel de proximidad —de un ámbito informativo y de unas fuentes—, mayor es la repercusión de esa pérdida de cobertura. El ejemplo más significativo es la *pilota valenciana*. El deporte autóctono ha perdido prácticamente cualquier presencia en televisión —en los dos años de muestra analizados sólo aparece en una ocasión y durante 20 segundos— y esto se ha traducido, como confirman las fuentes del sector, en pérdidas económicas para los clubes, caída del número de aficionados, pérdida de patrocinadores y una notable disminución de seguimiento del deporte.

En conclusión, los rasgos propios han desaparecido del relato. El elemento autóctono es, durante 2014 y 2015, casi invisible en televisión y eso, en una sociedad eminentemente audiovisual, lo convierte por tanto en inexistente.

## 6. Desaparece la narración del día a día

El pulso de la vida cotidiana que aporta un relato *espejo* ha desaparecido. El análisis de contenido realizado para este estudio permite concluir que la *domesticidad* no se encuentra en el relato informativo de la Comunidad Valenciana durante 2014 o 2015. De hecho, en buen número de las entrevistas realizadas para este trabajo se obtiene la misma respuesta: el día a día de la Comunidad se ha perdido.

Este hecho se deja notar en todos los ámbitos informativos. Pero no de igual manera. El día a día de los diferentes sectores presentes en la economía valenciana, amplios ámbitos

de la sociedad, sobre todo fuera de la ciudad de Valencia, las fiestas y tradiciones o los deportes, excepción hecha del fútbol, pierden el reflejo televisivo de su día a día en mayor medida que ámbitos como el político o los tribunales.

En cualquier caso, las limitaciones de medios y tiempo de emisión y, sobre todo, la función de corresponsalía del centro territorial de Televisión Española, condicionan las coberturas y hacen inviable que se recoja en el relato informativo la narración de lo cotidiano. Sólo lo excepcional, la noticia de alcance o la que trasciende el ámbito de la Comunidad Valenciana caben en la escaleta del informativo territorial.

## **7. Las fuentes de proximidad pierden presencia en televisión**

Las fuentes de proximidad de escala autonómica han sufrido una notable pérdida de visibilidad —que este estudio ha cifrado en torno al cincuenta por ciento—. Se puede concluir, y así lo reconocen las propias fuentes, que su trabajo ha quedado en sombra durante 2014 y 2015.

La pérdida del medio de proximidad autonómica por excelencia ha hecho caer exponencialmente la demanda informativa de tal modo que la aparición en televisión de las fuentes de escala autonómica es ahora mucho más esporádica, menos profunda y sin detalle. La investigación realizada permite concluir que para las fuentes de ámbito autonómico ha sido mucho más complejo hacerse un hueco en el relato informativo durante 2014 y 2015.

Además, como ya se ha expuesto en estas conclusiones, el único informativo de proximidad emitido por la televisión pública no tiene capacidad para realizar una labor de seguimiento de los hechos noticiosos. Y sus coberturas, además, se concentran en el entorno de la ciudad de Valencia. Por todo ello, cuanto mayor es la estructura autonómica y de proximidad de una fuente mayor es la pérdida de visibilidad experimentada.

Este hecho va más allá del ámbito informativo y tiene repercusiones directas en la efectividad del trabajo de dichas fuentes. En muchos casos el ciudadano ya no sabe que se está desarrollando determinada actividad o que determinados servicios se están prestando y por tanto no los requiere. En otros casos, el desconocimiento social hace perder peso a



un sector o entidad concreta o silencia conflictos a los que no se busca solución porque se desconoce su existencia.

En conclusión, la pérdida de visibilidad de las fuentes de escala autonómica se traduce en una equivalente pérdida de su peso social.

### **8. La pérdida del reflejo limita la posibilidad de la participación ciudadana**

La posibilidad de participación ciudadana queda limitada por las características del medio y el relato que ofrece. Como demuestra este estudio las fuentes han perdido buena parte de su presencia, la mayor parte del territorio y por tanto buena parte de los ciudadanos no aparecen en el relato, el idioma propio pierde peso, el elemento autóctono es sólo testimonial y no existe seguimiento de los diferentes sectores y actividades. En general por tanto, el reflejo social resulta desdibujado. En esas condiciones la posibilidad de participación social mengua y la función de tribuna pública que la legislación asigna a los medios públicos de comunicación queda sin cobertura posible en la sociedad valenciana.

### **9. La televisión ventana no puede suplir a la televisión espejo**

Dado todo lo expuesto anteriormente, hay que concluir que durante 2014 y 2015 Televisión Española no ha podido suplir con las desconexiones de una «televisión ventana» el servicio público de proximidad que ofrecían los informativos de Televisión Valenciana. Su función está muy alejada de la función de reflejo que se le pide a una televisión pública autonómica. Se orienta más hacia el exterior —en su condición de corresponsalía del Telediario— que hacia el consumidor interno. Tiene como prioridad dar servicio al informativo nacional y ofrece un esbozo más que un retrato detallado de la sociedad a la que informa y sobre la que informa.

Sus rutinas productivas, sus medios técnicos y humanos, y sus tiempos de emisión —más allá de limitaciones tecnológicas impuestas por la coyuntura política y financiera— se corresponden con las necesidades que exige una «televisión ventana» y obviamente, por tanto, en ningún caso puede desempeñar la función de «televisión espejo» que durante 2014 y 2015 se le ha intentado atribuir desde algunas instancias.

Tras casi 25 años de rutinas informativas y con un modelo de información de escala autonómica consolidado, el servicio público de proximidad no se puede dejar en manos de la delegación de un medio nacional porque nunca podrá ajustar el producto que ofrece a las expectativas de aquel modelo.

## **BIBLIOGRAFÍA**



## BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz, M. (1999). *EL régimen jurídico de las Lenguas en la Comunidad Valenciana*. Recuperado el 27 de julio de 2015, de <http://publicaciones.ua.es>
- Ánchel, J. M. (2002). *Canal 9: historia de una programación (1989-1995)*. (Tesis doctoral). Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información.
- Andueza, B. (2012). *La cobertura televisiva de "la Roja" por las calles de Madrid. De Moncloa a Príncipe Pío* (1ª ed.). Madrid: Visión Libros.
- Apodaca Espinosa, A. L. (2006). *El Régimen Jurídico de la Nueva Corporación RTVE*.
- Arroyo, J. L. (2008). *Variación lingüística e identidad en la España plurilingüe: una aproximación pluridisciplinar*. Somerville, MA: Selected Proceedings of the 4th Workshop on Spanish Sociolinguistics, ed.
- Aznar, H. y Pérez Llavador, J. (2014). *De la democracia de masas a la democracia deliberativa* (1ª ed.). Ariel.
- Azurmendi, A.(dir); Pérez, A.; Rodríguez J.; Muñoz, M. (2007). *La reforma de la Televisión Pública Española* (1ª ed.). Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Barker, C. (2003). *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Barthes, R. (1977). Introducción al análisis estructural de los relatos. En S. Niccolini, *El análisis estructural*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Bas, J. J. (2000). *El Naiximent de la Radiotelevisió Autònoma Valenciana (1978-1989): antecedents, gestació i constitució*. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona.

- Bas, J.J; Solves, J. Pérez Llavador, J. y Reig J. (junio de 2002). *Una aproximació a l'espai públic mundial*. Recuperado el 14 de agosto de 2015, de Comunicació. Revista de recerca i anàlisi, vol. 17: <http://www.iecat.net/pperiodiques/openlink.asp?URL=ShowArticleFile.asp?FileID={C126A843-1C41-42>
- Blas Arroyo, J. L. (2008). *Variación lingüística e identidad en la España plurilingüe: una aproximación multidisciplinar*. Recuperado el 16 de septiembre de 2015, de [www.lingref.com](http://www.lingref.com): [www.lingref.com](http://www.lingref.com), document #1751
- Blumler, J. G. (1993). *Televisión e interés público* (1ª ed.). Barcelona: Bosch.
- Bourdieu, P. (1998). *Sobre la televisión* (2ª ed.). Anagrama.
- British Broadcasting Corporation. (2007). *Directrices editoriales. Valores y criterios de la BBC* (1ª ed.). (S. P. Díaz, Trad.) Madrid: Asociación de la prensa de Madrid.
- Bustamante, E. (2008). *Radio y Televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia* (Segunda ed.). Barcelona: Gedisa.
- Carta Europea de las Lenguas Regionales o Minoritarias. (1992).
- Casero Ripollés, Andreu; Marzal Felici, Javier (editores). (2011). *Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias* (1ª ed.). Zamora: Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones.
- Casetti, F. ; Di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. (1ª ed.). Barcelona: Paidós.
- Cebrian Herreros, M. (2004). *La información en televisión. Obsesión mercantil y política* (1ª ed.). Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.
- Cebrián, B. y Mirón. L.M. (coord.). (2013). *Áreas del periodismo* (1ª ed.). Salamanca: Comunicación Social.
- Col·lectiu Ricard Blasco. (2014). *Reset RTVV. Per unes polítiques de comunicació al servei de la societat* (1ª ed.). Valencia: Onada Edicions.

- Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana. (2013). *La Comunidad Valenciana en Cifras 2012-2013*. Valencia: Consejo de Cámaras de Comercio CV.
- Consell Valencià de Cultura. (2014). *Informe sol·licitud BIC Immaterial a favor del joc de la Pilota Valenciana*. Valencia: Consell Valencià de Cultura.
- Constitución Española*. (1978).
- Curran, J. y Gurevitch, M. (1992). *Mass Media and Society*. Londres: Eduard Arnold.
- Debord, G. (1999). *La sociedad del Espectáculo* (2ª ed.). Valencia: PRE-TEXTOS.
- Díaz Arias, R. (2006). *Periodismo en televisión. Entre el espectáculo y el testimonio de la realidad* (1ª ed.). Barcelona: Editorial Bosch, S.A.
- Díaz Nosty, B. (2014). Tres décadas de televisiones autonómicas: algo más que una crisis de financiación. *Cuadernos de periodistas, número 28*, 20-26.
- Domínguez Vila, A. (Nº 17, 2000). El marco jurídico-constitucional de la televisión autonómica y local. *Anales de la Facultad de Derecho. Universidad de La Laguna*, 59-120.
- Eco, U. (2001). *Cómo se hace una tesis* (1ª ed.). Barcelona: Gedisa.
- Esteve y Fernández del Moral. (2007). *Áreas de Especialización Periodística* (1ª ed.). Madrid: Fragua.
- Esteve, Álvaro, López, Alcañiz y Blay. (2000). *La televisió (im)possible*. Valencia: Editorial 3 i 4.
- Esteve, F. (1999). *Comunicación Especializada* (1ª ed.). Madrid: Ediciones Tucumán.
- Fernández Soriano, E. (1999). *Canal Sur, una televisión regional en Europa*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Fernández-Abascal, E; Martín, M.D; Domínguez, J. (2008). *Procesos psicológicos* (8ª ed.). Madrid: Pirámide.

- Ferrer Rodríguez, I. (2011). *Análisis de la espectacularización de la información en los informativos televisivos de actualidad diaria y su incidencia en el espectador*. (Tesis doctoral) Barcelona: Tesis Universidad Autónoma de Barcelona.
- Flores, I. (s.f.). Recuperado el 21 de julio de 2015
- Flors, Borja y Climent, Vicent. (2013). *Adeu RTVV, Crónica del penúltim fracàs de la societat valenciana* (1ª ed.). Valencia: Encuadres. Universitat de València.
- Fondevila, Joan Francesc; Olmo, Jose Luis del. (2013). *El Trabajo de Fin de Grado en Ciencias Sociales y Jurídicas* (1ª Edición ed.). Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias S.A.
- Gámir, J. V. (diciembre de 2005). *Poder político y estructura mediática: La comunicación en la Comunidad Valenciana durante la presidencia de Eduardo Zaplana*. Recuperado el 13 de octubre de 2015, de Aposta. Revista de Ciencias Sociales: <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/gamir.pdf>
- García Avilés, J. (2005). De la política al infoentretenimiento. Temas predominantes en los informativos líderes de audiencia en la U.E. *Comunicación y Pluralismo*(3), 41-58.
- García Casanova, J.F. ; Casado Salinas, J.M. (2005). *El Servicio Público de la Televisión* (1ª ed.). Granada: Universidad de Granada.
- García, A. (2006/2007). La construcción de las identidades. *Cuestiones Pedagógicas*(18), 207-228.
- Giddens, A. (1997). *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea* (1ª ed.). (J. L. Gil Aristu, Trad.) Barcelona: Península.
- Giménez, G. (junio de 1999). Territorio, cultura e identidades: la región socio-cultural. *Estudios sobre las culturas contemporáneas. Epoca II. Vol. V. Num. 9*, 25-57.
- Giménez, G. (2005). Territorio e identidad. Breve introducción a la geografía cultural. *Trayectorias. Año VII. N° 17*, 8-24. (U. A. León, Ed.) Monterrey, Nuevo León, México.



- González J.J. (ed.). (1996). *La televisión pública en la Unión Europea*. Madrid: McGraw Hill.
- López, G. (ed.). (2010). *El ecosistema comunicativo valenciano. Características y tendencias de la primera década del siglo XXI*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Gurrutxaga, A. (2005). *La producción de la idea del Nosotros: somos porque estamos* (1ª ed.). (S. C. Vasco, Ed.) Vitoria-Gasteiz.
- Habermas, J. (1999). *La inclusión del otro. Estudios de teoría política*. (1ª ed.). Barcelona: Paidós.
- Hall, Stuart y Gay, Paul du (comp.). (2003). *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Hall, S. (1992). La cuestión de la identidad cultural. En *Modernity and Its Futures*.
- Heidegger, M. (1951). Construir, habitar, pensar. *Segundo Coloquio de Darmstadt*. Darmstadt.
- Helizalde; Martí y Martínez. (2006). *Una revisión crítica del debate sobre las necesidades humanas desde el enfoque centrado en la persona*. Recuperado el 19 de agosto de 2015, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30517306006>.
- Hernández Sampieri, R; Fernández Collado, C y Baptista Lucio, P. (2007). *Fundamentos de Metodología de la Investigación*. Madrid: McGraw-Hill.
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernandez Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar. (2000). *Metodología de la Investigación* (2ª ed.). Mexico D.F.: Mc.Graw-Hill.
- Herreros, J. (2004). *El Servicio Público de Televisión* (1ª ed.). Alaquas (Valencia): Fundación COSO.
- Igartua Perosanz, J. J. (2006). *Métodos Cuantitativos de Investigación en Comunicación* (1ª ed.). Barcelona: Bosch, S.A.
- Kovach, Bill; Rosenstiel, Tom. (2012). *Los elementos del periodismo. Todo lo que los periodistas deben saber y los ciudadanos esperar* (1ª ed.). Madrid: Aguilar.

Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión. (10 de Enero de 1980). *BOE*.

Ley Organica 5/1982, de 1 de julio, del Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana . (1982). Valencia.

Llei 4 /1983, de 23 de novembre, d 'Ús i Ensenyament del Valencià. (1983).

Ley de la Generalitat Valenciana 3/1984, de 6 de junio, de Creación y Regulación del Consejo Asesor de RTVE en la Comunidad Valenciana. (1984).

Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal. (2006).

Ley Orgánica 1/2006, de 10 de abril, de Reforma del Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana. (10 de abril de 2006). Valencia.

Ley 12/2015, de 29 de diciembre, para la Recuperación del Servicio Público de Radiodifusión y Televisión de Ámbito Autonómico, de titularidad de la Generalitat. (s.f.).

Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del tercer canal de televisión. (s.f.).

Ley 7/2010, de 31 marzo, general de la comunicación audiovisual. (s.f.).

López García, Guillermo (ed.). (2010). *El ecosistema comunicativo valenciano. Características y tendencias de la primera década del siglo XXI* (1ª ed.). Valencia: Tirant Lo Blanch.

López Rico, C. M. (noviembre de 2012). Pluralismo político en los programas informativos de Canal 9 y La 1 (TVE) durante las elecciones autonómicas y generales de 2011. *Tesis Doctoral*. Universidad Miguel Hernandez de Elche.

López y Maciá. (2007). *Periodismo de proximidad* (1ª ed.). Madrid: Síntesis.

López, X. (2004). *Desafíos de la comunicación local. Guía para la práctica de la información en los ámbitos de proximidad*. Sevilla: Comunicación Social .

- López, X; Galindo, F y Villar, M. (7 de julio de 1998). *El valor social de la información de proximidad*. Recuperado el 21 de julio de 2015, de Revista Latina de Comunicación Social,7: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/68xose.htm>
- Luis Núñez Ladevéze (Dir. Informe). (2008). *Informe sobre el grado de cumplimiento del servicio público de Televisión Española*. Instituto de Estudios de la Democracia de la Universidad CEU San Pablo, Madrid.
- Maldonado y de Cristobal. (2012). *Informe sobre el papel de la televisión pública autonómica en España*. FORTA. Madrid: accenture.
- Martín Martín, R. (2004). *Estadística y Metodología de la Investigación*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Marzal, Izquierdo y Casero (eds.). (2015). *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. (S. d. I, Ed.) Castellón: Aldea Global.
- Marzal, J. (ed.). (2015). *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*. (S. d. Valencia., Ed.) Valencia: Aldea Global.
- Maslow, A. H. (1991). *Motivación y personalidad*. (C. Clemente, Trad.) Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Mattelart, A. (2006). *Diversidad cultural y mundialización*. (G. Multigner, Trad.) Barcelona: Paidós Comunicación.
- Miguel de Bustos y Casado (coords.). (2012). *Televisión autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Moliner, M. *Diccionario de Uso del Español. Edición abreviada por la Editorial Gredos*. (2000). Madrid: Gredos.
- Mollà, T. (mayo-agosto de 2007). El model lingüístic oral: el cas de Canal 9 o el nivell (lingüístic) desnivellat. (C. d. Catalunya, Ed.) *Quaderns*, 28, 13-20.

- Montero Díaz, Julio y Paz Rebollo, M<sup>a</sup> Antonia. (2013). *Historia audiovisual para una sociedad audiovisual. Historia Crítica, n<sup>o</sup> 49*. Recuperado el 3 de julio de 2015, de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=1753076>
- Moragas, Garitaonaindía y López. (1999). *Televisión de Proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*. Bellaterra (Barcelona): UA de Barcelona; UJI de Castellón; U.Pompeu Fabra; UV.
- Moragas, Miquel de; Prado, Emilio. (2000). *La televisió pública a l'era digital* (1<sup>a</sup> ed.). Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació.
- Muñoz-Torres, J. R. (2002). *Por qué interesan las noticias. Un estudio de los fundamentos del interés informativo* (1<sup>a</sup> ed.). Barcelona: Herder.
- Núñez Ladevéze, L. (2008). *Informe sobre el grado de cumplimiento del servicio público de RTVE*. Madrid.
- Oliva, Llúcia; Sitjà, Xavier. (1990). *Les Notícies a la televisió* (1<sup>o</sup> ed.). Barcelona: Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- Ortells Badenes, S. (2009). La mercantilización de la información: la nueva era informativa en televisión. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 341-353.
- Palacio, M. (2005). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.
- Palmero F. (coord.). (1997). Motivación y cognición: desarrollos teóricos. (U. J. I, Ed.) *R.E.M.E. (Revista Electrónica de Motivación y Cognición)*, VIII(20-21), 1-81.
- Parreño, M. (2015). *El Camp Periodístic Valencià* (1<sup>a</sup> ed.). (S. d. Valencia., Ed.) Valencia: Aldea Global.
- Peralta, M. (2005). *Teleinformatius. La transmissió televisiva de l'actualitat* (1<sup>a</sup> ed.). Barcelona: Trípodos.
- Pérez Llavador, J. (2013). El sistema comunicativo valenciano. En J. M. Canales, *El sistema político y administrativo valenciano* (págs. 74-109).
- Pérez Llavador, J. y Solbes, J. (2007). *La recerca en comunicació en el País Valencià: Comunicació política i opinió pública*. (S. c. comunicació, Ed.) Recuperado el 14

de septiembre de 2015, de Comunicació. Revista de recerca i anàlisi, Vol.22:  
<http://revistes.iec.cat/index.php/TC/article/view/40858/52528>

Pomares, Ricardo. Dir. Israel, Estrella. (2004). *La Comunidad Valenciana es noticia. Análisis de los informativos de Telecinco, Antena 3 y TVE 1*. (Tesis doctoral). Valencia: Universidad Cardenal Herrera CEU.

Quílez, R. (1990). *Canal 9-TVV: Por un modelo valenciano de televisión pública*. (Tesis doctoral). Madrid: Universidad Complutense.

Reig Cruañes, J. (coord.) (1990). *Jornadas sobre el papel de la televisión estatal en las Comunidades Autónomas*. Valencia: Consell Assessor de RTVE en la Comunidad Valenciana.

Requena, P. (2015). *12:19: Manipulació, saqueig i mort de RTVV* (1ª ed.). Valencia: Drassana.

Rey Morato, J. d. (1998). *El naufragio del periodismo en la era de la televisión. La industria del infoentretenimiento de Aristóteles a Walt Disney* (1ª ed.). Madrid: Fragua Editorial.

Roselló, J. (2010). *20 anys de Canal 9. El paper de la televisió pública en la societat valenciana* (1ª ed.). Valencia: Obrapropia editorial.

Ruiz Olabuénaga, J. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Sartori, G. (2012). *Homo videns. La sociedad teledirigida* (9ª ed.). (A. D. Soler, Trad.) Madrid: Taurus.

Sinclair, J. (2000). *Televisión: comunicación global y regionalización* (1ª ed.). Barcelona: Gedisa.

Sosa Velasquez, R. (2012). *Cómo entender el territorio*. (E. C. parens, Ed.) Recuperado el 31 de enero de 2015, de Universidad Rafael Landívar de Guatemala: [www.url.edu.gt](http://www.url.edu.gt)

- Thussu, D. K. (2007). *News as Entertainment. The rise of global infotainment*. London: SAGE.
- Vacas, Fco. (coord.). (2000). *Televisión y desarrollo. Las regiones en la Era Digital*. Badajoz: Consejería de Educación, Ciencia y Tecnología. Junta de Extremadura.
- Vallejos, A; Ortí, M; Agudo, Y. (2007). *Métodos y Técnicas de Investigación Social* (2007 ed.). Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Vallés, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional* (1ª reimpresión ed.). Madrid: Síntesis Sociología.
- Vara, J. L. (2010). Un análisis necesario: epistemología de la geografía de la percepción. *Papeles de geografía*(51-52), 337-344.
- Vázquez, Y. (coord.) (2002). *Televisión, Comunicación, Sociedad y Futuro* (1ª ed.). (A. d. Asturias, Ed.) Oviedo.
- Vilches, Lorenzo (coord.). (1984). *I Jornadas sobre Televisión Autonómica*. (D. G. Aragón, Ed.) Zaragoza.
- Wimmer, Roger; Dominick, Joseph. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas* (2ª ed.). Barcelona: Paidós.
- Xambó, R. (2001). *Comunicació, política y societat. El cas valencià* (1ª ed.). Valencia: 3 i 4 edicions.
- Zabaleta, X. G. (2008). El espacio audiovisual europeo en lenguas minoritarias. *I Congreso I+C Investigar la comunicación*. Santiago de Compostela: Asociación Española de Comunicación.

## ANEXOS

- 1. Entrevistas**
- 2. Manual de codificación**
- 3. Tablas de resultados**
- 4. DVD análisis de datos**





## **ANEXOS**

### **1. ENTREVISTAS**

Para la realización de este trabajo se han elaborado 21 entrevistas en profundidad. Entre los entrevistados figuran algunas de las fuentes más destacadas en la Comunidad Valenciana de los distintos ámbitos informativos de proximidad, diversos responsables y profesionales de las cadenas a que se refiere el estudio y autoridades y expertos en las materias en que profundiza la tesis.

El valor testimonial de las respuestas de los entrevistados justifica la técnica escogida porque la información obtenida no figura en la mayor parte de casos en ninguna fuente bibliográfica y no puede ser recogida de ningún otro modo.

Para la elaboración de las entrevistas se ha seguido en todos los casos el mismo protocolo. En todas ellas, tras ser solicitada la entrevista, el cuestionario se ha remitido al entrevistado con antelación para que conozca el contenido de las preguntas.

Sin embargo, se decide realizar las entrevistas cara a cara, en el lugar elegido por los entrevistados, para evitar la rigidez del cuestionario cerrado y aprovechar la potencial información que ofrece la conversación directa. De hecho se opta, en todos los casos, por la realización de entrevistas semi-estructuradas. De esta manera el cuestionario sirve de base y guía para la entrevista, pero se deja una puerta abierta a formular nuevas preguntas que puedan surgir a raíz de las respuestas dadas por el sujeto.

Sobre el contenido de los cuestionarios hay que diferenciar dos tipos. El primero es el destinado a las fuentes. Se mantiene para todas ellas un mismo cuestionario elaborado en dos partes. La primera centra las preguntas en el área concreta de actividad de la fuente. La segunda, genérica, es igual para todos los entrevistados e intenta sondear su percepción en calidad de ciudadanos y espectadores. El segundo tipo de entrevista es el destinado a los expertos y profesionales de los medios. En estos casos se elabora un cuestionario específico para cada entrevistado, de tal modo que las entrevistas profundicen en los diferentes aspectos de su trabajo o su especialidad. De nuevo, como en el primer grupo de entrevistas, los cuestionarios incluyen una primera parte específica y una segunda genérica, idéntica para todas ellas.

Entre estas entrevistas hay una que no se ha realizado expresamente para esta tesis sino para el trabajo exploratorio previo. Es por ello que en las transcripciones que figuran a continuación aparecen dos entrevistas con Javier Gomar, delegado de Televisión Española en la Comunidad Valenciana. Se decide adjuntar esta entrevista porque algunas de las respuestas que ofrece son especialmente útiles para el trabajo y dado el escaso tiempo transcurrido entre la elaboración de la primera y la segunda no se le vuelve a preguntar al respecto.

El orden en que se han dispuesto las entrevistas no corresponde al orden de realización de las mismas. Se ha optado por agrupar en primer lugar las realizadas a los expertos, en segundo lugar las que se realizan a las fuentes y por último las entrevistas realizadas a los profesionales de Televisión Española y Televisión Valenciana. Las personas entrevistadas para el estudio son:

1. Ramón Ferrer, presidente de la Academia Valenciana de la Lengua.
2. Josep Vicent Boira, profesor de Geografía de la Universidad de Valencia y secretario autonómico de Vertebración del Territorio.
3. Jordi Pérez Llavador, director del Departamento de Comunicación e Información Periodística de la Universidad Cardenal Herrera CEU.
4. Andrés de Sales Ferri, director del Archivo de Religiosidad Popular.
5. Cristóbal Aguado, presidente de la Asociación Valenciana de Agricultores y vicepresidente de ASAJA-España.
6. Fernando del Rosario, presidente de Cruz Roja Comunidad Valenciana (hasta 2015).
7. Fernando Móner, presidente de la Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios y presidente de la Confederación Española de Consumidores.
8. Jorge Tamayo, delegado de la Agencia Estatal de Meteorología en la Comunidad Valenciana.
9. José Ramón Espuig, maestro mayor del Gremio de Artistas Falleros de Valencia y presidente de la Federación de Gremios de Artistas de la Comunidad Valenciana.
10. Manuel Castilla, portavoz de la Policía Nacional en la Comunidad Valenciana.
11. Pere Borrego, presidente de la Asociación Cultural Fallera Na Jordana.
12. Vicente Pizcueta, portavoz (hasta 2015) de la Federación Valenciana de Hostelería y presidente de la ONG Controla Club.

13. Víctor Reglero, diseñador y primer director del Plan Valenciano de Ciencia y Tecnología, director del Laboratorio de procesado de imágenes de la Universidad de Valencia y Académico de la *International Astronautics Academy*.
14. Waldo Vila, jugador profesional de pilota valenciana, campeón de *raspall* y empresario de servicios deportivos.
15. Javier Gomar, delegado Televisión Española en la Comunidad Valenciana.
16. Joan Carles Fortea, meteorólogo de Televisión Valenciana.
17. José Manuel Granero, productor de informativos de TVV, jefe de producción de informativos de TVV durante ocho años y director en la década de los 80 del magazine de Aitana Cita a las Dos.
18. Juli Esteve, primer coordinador informativos de TVV.
19. Matilde Alcaraz, editora de informativos de Canal 9 entre 2001 y 2008, y redactora del medio desde 1990 hasta 2013.
20. Salvador Seguí, corresponsal de Televisión Valenciana en la comarca de La Safor y productor de las partidas de *pilota valenciana* que retransmitía Canal 9.
21. Javier Gomar, delegado de Televisión Española en la Comunidad Valenciana (entrevista realizada en abril de 2014 para el estudio exploratorio previo a esta Tesis)



## 1. RAMÓN FERRER

*Ramón Ferrer es presidente de la Academia Valenciana de la Lengua desde 2011 y miembro del Consejo Superior Geográfico. Es doctor en Historia Medieval por la Universidad de Valencia. La entrevista se realiza en la sede de la Academia Valenciana de la Lengua el 21 de enero de 2015.*

**«En lo que se refiere a la difusión de un idioma, su uso en televisión es básico»**

### **¿Qué es el idioma para un pueblo?**

Es elemento determinante de la identidad. En el Estado de las Autonomías, ¿qué define a una autonomía? Una autonomía, aparte de un autogobierno, ha de tener una serie de características propias que definen la personalidad y dentro de la personalidad, cómo nos comunicamos, a través de un idioma. Por lo tanto, sin ese idioma no seríamos lo que somos.

### **¿Qué papel desempeña la televisión en la conservación y revitalización de un idioma y en general para el patrimonio cultural?**

La televisión es un elemento fundamental para la formación integral del individuo, desde la infancia hasta la senectud. En lo que se refiere a la difusión de un idioma, su uso en televisión es básico. El ciudadano en general da por hecho que aquello que aparece en televisión es importante. Por tanto, si uno está escuchando un idioma en televisión, obviamente ese idioma es importante. Antes se decía, «eso es verdad porque lo han dicho los periódicos». Ahora se dice «lo han dicho en la tele», de modo que la verdad, lo importante va unido a la lengua que es el vehículo de transmisión.

### **En ese sentido ¿Cuáles cree que fueron las repercusiones de poner en marcha un canal autonómico en valenciano, y sobre todo, que informaba en valenciano?**

Canal 9 ha sido el elemento que ha vertebrado el país, de tal manera que los de Villarreal podíamos saber lo que ocurría en Orihuela, y viceversa. Fuera de ese canal, de esa

televisión, no hay un medio capaz de hacer eso, de vertebrar. Por lo tanto, se ha vertebrado y con un idioma determinado, con lo cual uno se acostumbra a hablar, se acostumbra a pensar incluso en ese idioma en que se le está dando la información. Lo que ahora se llama Comunidad Valenciana estaba determinada precisamente por ese medio de comunicación.

**A lo largo de un cuarto de siglo los valencianos han recibido información en su lengua, no sólo de su ámbito más próximo. ¿Qué cree que ha aportado eso al ciudadano de la Comunidad?**

Cuando hace años no había un medio de comunicación que se expresara en valenciano, cuando la universidad sólo se expresaba en castellano, uno podía pensar que el valenciano era una lengua de uso exclusivamente coloquial, una lengua de calle. Cuando un evento, un discurso de Obama, por poner un ejemplo, se retransmite y se nos está contando en valenciano, cuando uno va a la universidad y oye que las clases se están impartiendo en valenciano, se da cuenta de que es una lengua a la misma altura que pueda ser el francés o que pueda ser el italiano. Por lo tanto, es fundamental para el idioma el valor de lo que se nos está comunicando, ya no chistes, ya no chascarrillos, sino elementos elevados.

**¿Y para la lengua, qué ha supuesto este cuarto de siglo de información en valenciano?**

Se produce un aumento importante del uso del valenciano con la implantación de Canal 9, entre otras cosas porque incluso gente castellanohablante que nunca se había preocupado, poco a poco ha ido preguntando: ¿esta palabra qué significa?, ¿esto de «xarcia» qué es? En definitiva ha ido interesándose y el valenciano ha ido penetrando poco a poco. La normalización del valenciano en la televisión ha sido una especie de esto que los gallegos llaman «orvallo», es decir, esa lluvia fina que no se nota pero que cala. Una palabra, otra palabra y poco a poco el ciudadano va diciendo «gespa» en lugar de «sesped». Ese poco a poco ya es interesante, supone que recuperamos nuestro idioma, y ello ha sido, desde luego, una aportación total y absoluta de la televisión, porque es a través de la televisión que la gente ha ido escuchando el valenciano, y ha ido adoptándolo y adaptándolo a su día a día.

**¿En algún momento el idioma dejó de ser una cuestión política?**

Desgraciadamente no del todo. Obviamente la Batalla de Valencia, la guerra de los 80, fue algo muy desagradable que nos hizo perder muchos años dirimiendo si galgos o podencos, si blanco si negro. La situación poco a poco se ha ido reconduciendo. Es verdad que las nuevas generaciones tienen ya una formación en valenciano, la línea en valenciano. Y por lo tanto la ignorancia ya no es lo que era antes. Antes estudiábamos sólo en castellano. El valenciano era sólo una lengua de calle. Todo lo que tuviera que ver con la docencia había que hacerlo en castellano. Y por lo tanto ahora la formación es mucho mayor. Es verdad que en los últimos meses se está volviendo a polemizar en el ámbito político, pero la formación ahora es ya lo suficientemente fuerte como para no volver a esa batalla. La cosa está clara, la gente sabe perfectamente qué somos y de dónde venimos. Por tanto la forma de enredar políticamente ya es más difícil.

**Y en ese sentido ¿Cuáles pueden ser las repercusiones del cierre de la televisión autonómica, en lo que se refiere a la vitalidad de uso del valenciano?**

Si partimos de la base de que la televisión ha sido un medio para incrementar la ratio de valencianohablantes, obviamente la no existencia significa todo lo contrario. A corto, y mucho más a largo plazo tendremos un déficit de valenciano debido a esa falta de información. Por otro lado, hay un dato muy claro, la nuestra es la única comunidad bilingüe que carece de un medio público. Por algo será que las demás lo tienen.

Se ha hecho una barbaridad privándonos de unos elementos que eran necesarios y, con unos argumentos, además, que tampoco eran válidos porque el elemento económico era negociable y se podían haber tomado una serie de medidas que permitieran el sostenimiento. Creo que fue una equivocación y una equivocación que estamos pagando todos, incluso los políticos que lo hicieron porque en año preelectoral, incluso en año electoral, como el 2015, ahora no hay dónde escuchar ni a unos ni a otros.

**¿Se puede seguir haciendo una labor educativa en valenciano cuando los niños no cuentan con ese vehículo de difusión?**

Una de las cosas importantes que tenía esa televisión eran los juegos infantiles. Los niños se sentaban a escuchar esos juegos infantiles. Si ahora no tienen eso y no estudian en una línea en valenciano, dónde lo aprenden, dónde juegan, dónde cantan. Es imposible.

**En estos momentos, Televisión Española en su desconexión autonómica es el único medio audiovisual público que nos informa de lo que pasa en la Comunidad, sin embargo el uso del valenciano es residual en ese informativo. ¿Cree usted que sirve igualmente para llenar el hueco de aquellos informativos?**

Alguien ha querido decir que se sustituía Televisión Valenciana por Aitana. Si me permite un exabrupto, es como comparar un huevo con una castaña. No se parecen en nada. Por lo tanto, aparte de una tomadura de pelo, no sirve para nada, para nada más.

**Y más allá de la cuestión idiomática, desde el punto de vista de la información, ¿qué percepción tiene como ciudadano de la información de proximidad que le ha ofrecido la televisión pública tras el cierre de la cadena autonómica?**

Paupérrima, paupérrima. Cuando las grandes emisoras de radio y de televisión desconectan para dar lo que ellos llaman información regional, son diez minutos. Con diez minutos lo que tenemos es una especie de paisaje tipo telegrama en el que se dicen cuatro cosas. Difícilmente así se puede entrar a lo que es el pueblo, a lo que es la realidad, con tres noticias que uno encontrará al día siguiente en los periódicos. No tiene absolutamente ningún valor. Lo importante eran los coloquios, los diálogos, los juegos infantiles. Eso era lo que a cada uno le atraía. A uno le atraía la película y veía la película, a otro le atraía el juego, al otro el debate político. Y cada uno en su juego, en su *hobby*, en sus preferencias entraba dentro de ese mundo. Ahora, de eso, absolutamente nada de nada. Nada de nada.

**¿A través de qué medios se ha informado en 2014 de la realidad más próxima?**

A través de ninguno, de ninguno. Hay cuatro desconexiones que, además, son a un horario muy concreto, muy limitado, que difícilmente llega a alguien.



**En el contexto de una realidad globalizada ¿cree que hoy en día sigue siendo necesaria la información de proximidad?**

Yo diría que mucho. En estos momentos en que no tenemos un medio propio, no tenemos nada, absolutamente nada que nos lleve a esa información de proximidad, en absoluto, nada. A mí me interesa mucho más saber lo que está pasando en Alcoy que lo que está pasando en Nueva Delhi, si no es relevante. Y ya me dirá usted cómo voy a enterarme yo de eso. Desgraciadamente, cero en información de proximidad.

**Más allá de la información puntual ¿qué han aportado los informativos de Canal 9 para la sociedad valenciana?**

Estar informado es fundamental. Se dice que información es poder. Por tanto desde esa perspectiva, cuando uno está informado puede pensar, puede opinar y en última instancia puede actuar. Si uno carece de información la actuación es al albur. Pero Canal 9 fue más allá. Canal 9 ha realizado una tarea de vertebración total y absoluta. Nos ha permitido conocernos, incluso en un país como el nuestro bastante invertebrado, en el sentido de que cada uno ha ido un poco por su lado: Valencia significa una cosa, Alicante estaba en otro mundo y Castellón mucho más. Eso poco a poco ha ido corrigiéndose a través de un elemento común para todos, Canal 9, porque igual hablaba de Alicante, que de Castellón, que de Valencia. De algún modo ese medio que era la televisión nos ha ido hermanando.

**En el Estado de las Autonomías, ¿puede una televisión pública autonómica considerarse un lujo?**

No. No es un lujo en absoluto. Es un elemento necesario. Ahora bien, como todo, en su justo medio. Lo que no puede ser es un monstruo con tanto personal como la BBC. Es necesario un medio público, en valenciano y sostenible. Eso es lo que hay que determinar. El pueblo valenciano, obviamente, puede y debe tener una televisión. A partir de ahí, hay que determinar cómo hacer un tipo de televisión que se pueda soportar económicamente y que nos sea rentable en cuanto a información, en cuanto a vertebración, en cuanto, en definitiva, a las necesidades de expresión que tiene un pueblo.

**Los medios privados que se están intentando poner en marcha, ¿pueden suplir el papel de una televisión pública autonómica?**

No, nunca. Un medio privado nace para ganar dinero, mientras que un medio público tiene que afrontar aquellas cosas que el privado no afronta. Lo que no podemos hacer es competir. Pongo un ejemplo: Fórmula 1 y Fórmula 1. La Fórmula 1 ya la hace la privada. El medio público debe cubrir aquello que no va a cubrir el medio privado. Entre difundir un deporte y difundir otro, si nosotros difundimos un deporte autóctono, un deporte nuestro que las televisiones privadas no van a difundir, nosotros estamos promocionando lo nuestro. Esa es la función de una televisión pública valenciana, entrar en la esencia del pueblo, buscando esa información, esa vertebración, sin salirse de canales de los que no tiene porqué salir.

En resumen, televisión valenciana significa información y en valenciano y por lo tanto formación, formación del pueblo que la está recibiendo.

## 2. JOSEP VICENT BOIRA

*Josep Vicent Boira es profesor titular de Geografía en la Facultad de Geografía de la Universidad de Valencia y, desde julio de 2015, Secretario Autonómico de Vivienda, Obras Públicas y Vertebración del Territorio. Pertenece a la Asociación de Geógrafos españoles y a la Association of American Geographers. La entrevista se realiza en la facultad de Geografía de la Universidad de Valencia el 25 de febrero de 2015.*

**«En este momento no hay ningún medio de comunicación que dé una visión global del territorio»**

### **¿Qué es el territorio?**

Se ha avanzado mucho en la definición de territorio. Habría que definir primero lo que no es el territorio. Lo que no es el territorio es esa vieja concepción que nos habla del territorio como una superficie sobre la que pasan las cosas. Eso ya no es así. En geografía hace ya mucho tiempo que no se habla del territorio como una superficie, como una especie de tablero de ajedrez o como una mesa donde situas los objetos. Eso ya no es el territorio. El territorio es algo mucho más complejo. Es una plasmación del concepto espacial, del espacio en general y ya hace muchos años que alguien dijo que el espacio es un producto social y por tanto el territorio también lo es de alguna manera. Así que en esa definición del territorio sería más adecuado definirlo como un producto que como un objeto en sí mismo. Y por eso, si efectivamente es un producto, puede fabricarse bien, puede fabricarse mal, puede rectificarse, puede convertirse en reformable en sí mismo y ese es un motivo interesante para poder operar sobre ese mismo territorio.

### **¿Por qué el hombre necesita delimitar su territorio?**

Una de las primeras cosas que hace la humanidad es responder a una pregunta: dónde estoy. La pregunta era fundamental, en parte para sobrevivir. Los primeros mapas tenían como objetivo entender qué rodeaba al ser humano en un espacio determinado, porque de ello dependía su supervivencia. Eso ha evolucionado pero todavía nos hacemos la misma pregunta. Y hoy en día es aún más importante saber dónde estamos. Se le ha dado mucha

importancia al factor tiempo y poca al factor espacio. Y en las sociedades, se puede hablar hoy de sociedades avanzadas y sociedades atrasadas pero eso se sitúa en un contexto temporal, casi no tenemos criterios para definir una sociedad que esté adaptada al territorio de una manera moderna o no. No tenemos un adjetivo y sería importante tenerlo porque es un elemento fundamental.

**¿Es el territorio un elemento configurador de identidad, es el hombre el que configura al territorio, o ambas cosas?**

El territorio configura identidad, desde luego. Pero los conceptos están cambiando muy rápidamente. Ya no podemos hablar con esa idea de territorio como superficie delimitada, muy claramente delimitada, sobre la que opera un concepto de identidad. Eso ya no podemos entenderlo así. Los procesos económicos y sociales de todo tipo están configurando un espacio fluido. Algunos incluso han decretado la muerte de la geografía en el sentido de que gracias a las nuevas tecnologías, a internet, a la logística, y a las conexiones virtuales da igual en qué punto nos encontremos. Podemos recibir las mismas noticias, incluso podemos recibir los mismos productos sin problemas. Pero eso es falso. Lo que se ha producido, efectivamente es un giro hacia unos espacios fluidos, donde todo fluirá, efectivamente, las mercancías, las personas, todo, pero que tendrá elementos de anclaje territorial y de identidad muy importantes. Ahora, esos anclajes no necesariamente han de coincidir con lo que coincidían hasta ahora que era los estados nación, español, francés, italiano, o catalán o valenciano, sino que será más complejo. Estamos articulando geografías más complejas por lo que hace a las identidades.

**¿Habría parámetros concretos que definirían esas identidades?**

No necesariamente. Es muy curioso observar que por ejemplo en Barcelona, alguno de los conflictos urbanos que se han producido ha sido por barrios, por barrios muy pequeños. La relación entre territorios e identidades está en ebullición. Y por tanto la gente muchas veces se encuentra más identificada con un barrio que con un país entero y a veces se encuentra más identificada con un continente que con una ciudad. Habrá una pluralidad de escenarios, lo cual se aviene muy bien con el concepto que nosotros tenemos de espacio y de territorio que es un lugar, un territorio, con múltiples identidades y múltiples direccionalidades.

**Centrémonos en la Comunidad Valenciana. Comenzando por el espacio físico, ¿cuáles serían las características geográficas propias del territorio de la Comunidad?**

Si hablamos de la configuración física del territorio, el País Valenciano, como característica esencial, es una plana litoral muy densamente poblada en que se da una concentración de casi todo y un interior que comienza a partir de la cota 100, que no está muy lejos del litoral y en el que se produce una baja densidad de cualquier tipo de actividad humana. Es un territorio que ha concentrado casi toda su actividad en las planas litorales. En realidad, es un territorio intrínsecamente desequilibrado, lógicamente en relación con esta configuración física que nos habla de unas llanuras litorales y de unas zonas montañosas donde sólo los valles de los ríos, ya sea el Turia, el Palancia, el Segura, el Vinalopó o algunos otros, tienen, aunque sea de refilón, alguna relación con el poblamiento.

**En consecuencia, ¿la estructura poblacional de la Comunidad Valenciana está muy condicionada por estas características?**

Efectivamente, al menos en la actualidad. Esto es un proceso. La concentración en el litoral ya se daba en época medieval y en época moderna, pero se ha acelerado en el último siglo. El papel de las ciudades del interior en la época medieval era más importante que ahora. Hablamos de Xàtiva, por ejemplo, o Segorbe. Hoy ya no son tan importantes porque se ha producido ese proceso de concentración en el litoral.

**¿Y la estructura económica?**

Económicamente se da el mismo desequilibrio. Este es uno de los retos que tiene la ordenación territorial en el País Valenciano: el reequilibrio del territorio. Si eso es posible sería un objetivo deseable, reequilibrar el territorio para que no todo esté concentrado en el litoral. Las infraestructuras de comunicaciones lógicamente se concentran en el camino litoral, pero eso ha sido de siempre, prácticamente desde la Vía Augusta. Lo que habría que hacer es ese proceso de reequilibrio de actuaciones territoriales que permitieran crear una red de ciudades completa en la Comunidad y una redistribución de las actividades económicas.

### **¿Se puede hablar de unas características generales que definan el territorio de la Comunidad Valenciana como un todo?**

No sería acertado hablar del País Valenciano como una superficie. Sí que lo sería hablar como una comunidad política y social pero no como una superficie delimitada en la que pasan cosas que la frontera administrativa corta. Podríamos hablar de una red de ciudades valencianas pero esa red de ciudades valencianas tiene relación con otra red de ciudades de otros territorios que son vecinas. El mejor ejemplo es el de las infraestructuras, el corredor mediterráneo, por ejemplo. No se puede entender el corredor mediterráneo como un mini corredor mediterráneo sólo del territorio valenciano, o un mini corredor sólo para el territorio catalán o para el de Murcia. Si no adoptas la escala correcta para observar los procesos estás equivocándote totalmente. Y yo creo que considerar el País Valenciano como el principio y el fin de todo para las políticas territoriales, o sociales, es un poco reduccionista.

### **Si se trata de un territorio heterogéneo, ¿qué hace que yo me sienta valenciana en Guardamar del Segura, en Requena o en Benicarló?**

Hay una vieja conciencia, la oscura conciencia, de que fuimos algo en el pasado, que eso existe. Yo creo que la tarea actual sería hacer entender que existe una comunidad social y política que se llama País Valenciano, o Comunidad Valenciana, una sociedad que se llama «valencianos», que tiene sus características y que además operativamente es importante. Creo que el gran reto de futuro es recoger esta vieja conciencia de que todos somos valencianos y modernizarla de manera que tenga una operatividad. Si eso no se hace, poco a poco la conciencia de ser valencianos se irá perdiendo y por tanto no tendremos esa realidad de ninguna manera.

### **¿Qué función desempeñan en ese sentido los medios de comunicación?**

Lo hemos visto con la desaparición de Televisión Valenciana. En este momento no hay ningún medio de comunicación que dé una visión global del territorio. Esto es un drama para un país. Yo no sé qué pasa en Alicante ni qué pasa en Morella. No sé ni siquiera qué temperatura hace en Elche o si está lloviendo en Benicarló o qué pasa en Requena o en Segorbe. Esas cosas a mí me interesaban antes. ¿Y por qué me interesaban? Porque tengo la idea, desde el punto de vista histórico, de una tendencia, de una sociedad llamada País Valenciano o Comunidad Valenciana, de unas personas que se definen como valencianos.

Todo eso a mí me interesaba. Por tanto la no existencia de un medio de comunicación es problemática. Sin embargo, posiblemente ahora, si hablamos de medios de comunicación, tendríamos que entender que en este momento se necesita otro tipo de medio de comunicación. No el medio de comunicación tradicional que tenía un territorio entendido así, como esta superficie sobre la que operan las cosas, sino una visión territorial distinta sobre en qué territorio tiene que operar y cómo ha de operar.

**Canal 9 comenzó a emitir antes de la fecha prevista para informar de una gota fría y en el primer minuto del primer boletín se citaba el río Gallinera, el Albaida, o el Clarià; se nombraban varias comarcas, y al menos una decena de municipios de la Comunidad. Más allá de la información de servicio, ¿cree que aquello implicaba para el ciudadano una nueva percepción o incluso un descubrimiento del territorio?**

Creo que hay un aspecto esencial: el mapa es un hecho esencial. Toda sociedad necesita un mapa. Radio Televisión Valenciana era capaz, de alguna manera, de transmitir la idea de un mapa, de modo que los ciudadanos se sentían reconocidos. Uno es de ese espacio, de ese territorio que, evidentemente desde un punto de vista simbólico, el mapa representa. Funcionalmente, no. Funcionalmente sabemos que las cosas son mucho más complicadas que un mapa delimitado. Pero simbólicamente era tan importante como una bandera o un nombre. De alguna manera se convierte en icono y ayuda a crear un referente simbólico.

**Para el ciudadano, ¿hay alguna diferencia entre contar que llueve en la Comunidad y enseñar la lluvia en diferentes paisajes del territorio autonómico?**

Hay diferencias y no. Aitana puede hacer lo mismo que Canal 9 para algunas cosas pero no lo puede hacer para otras. Aitana no hará nunca reportajes de investigación o documentos de recuperación histórica del pasado de los valencianos. Eso no lo puede hacer una desconexión, una televisión de servicio público mínimo. Eso lo ha de hacer algún otro tipo de medio. Es muy interesante desde el punto de vista geográfico el trabajo a diferentes escalas. El mundo se estructura en diferentes escalas. Está la escala micro y la escala macro, la escala local y la escala global. De alguna manera en este juego de escalas se podría pasar de observar el mapa con criterio global, a los elementos puntuales.

**¿Cree que durante los últimos 25 años los valencianos han adquirido un mayor conocimiento de la geografía física y humana de la Comunidad que antes de la puesta en marcha de TVV?**

Sí, yo creo que sí. Hasta que apareció Canal 9 mi conocimiento de la geografía de este país provenía básicamente de libros o de atlas. La existencia de una televisión que te permitiera observar y explicar las cosas representó un cambio sustancial: concentrar la mirada en una escala que hasta ese momento no existía, la escala valenciana, que ahora vuelve a no existir. Otra cosa es la distancia entre lo que Canal 9 emitía y lo que podía haber emitido. Esa es otra discusión. Podía haber hecho mucho más por la difusión del territorio y la geografía valenciana.

**¿Qué función cree usted que ha desempeñado Canal 9, y en concreto sus informativos, respecto a la vertebración del territorio de la Comunidad?**

Yo creo que vertebrar no era su función. Vertebrar es una función de la sociedad, más que de los medios de comunicación. Los medios de comunicación pueden ayudar a desplegar la realidad ante los ojos de las personas. La existencia de esa realidad no implica una vertebración. Sí es condición necesaria pero no automática. Si todos los días a la hora de las noticias el ciudadano ve el mapa, deja de serle ajeno. Pero eso no es vertebrar necesariamente. Es una condición necesaria para poder luego vertebrar pero no es una condición suficiente.

**Bailly afirma que el territorio sólo existe en cuanto percibido y representado por los que lo habitan. En 2014, el análisis de contenido del informativo territorial de TVE nos muestra que el 95 por ciento del territorio de la Comunidad no tiene presencia en los informativos<sup>82</sup>. El área metropolitana de Valencia es la parte del territorio con más cobertura. Las comarcas del interior, prácticamente no aparecen. ¿Qué efecto puede provocar esta invisibilidad en el mapa mental que tienen los valencianos de su territorio?**

No sé qué equilibrio se habría de mantener entre la actualidad y la tarea pedagógica. Es evidente que la mayor parte del tiempo de un informativo de actualidad estará destinado a aquellos puntos donde hay grandes concentraciones de población y donde pasan las cosas.

---

<sup>82</sup> Datos extraídos del estudio exploratorio previo a esta tesis. Obtenidos con el análisis de todos los informativos de la primera edición de *L'Informatiu Comunitat Valenciana* emitidos durante abril de 2014.



Otra cosa es que el medio público tenga instrumentos para compensar esa realidad con otro tipo de programas de investigación, de divulgación, desconexiones, porque si no, llegamos a un modelo de televisión que establece cinco minutos para todos con independencia de la actualidad que generen. No puede ser café para todos. Hay que lograr un equilibrio entre la actualidad y la divulgación.

**En su opinión, ¿cómo ha sido la información de proximidad que ha ofrecido la televisión pública tras el cierre de la cadena autonómica?**

No he visto televisión de proximidad. La información de proximidad que yo recibo no me llega a través de la televisión. Me llega a través de la radio, de la prensa, por internet, por los compañeros, por los viajes, los desplazamientos. Pero no me llega por televisión. Desgraciadamente no me llega. Al contrario, creo que se produce una desconexión mental cuando estás desayunando y ves lo que te cuentan en televisión —Antena 3, Telecinco o la Uno— y cuando desde Madrid te dicen «hoy va a llover, coja usted el paraguas», miras por la ventana y no tiene que ver con la realidad. Porque la franja mediterránea es distinta al resto de la Península Ibérica por su configuración geográfica. ¿Eso es relevante? Yo creo que sí. No desde el punto de vista de la geografía del país pero cuando afecta a un treinta o un cuarenta por ciento de la población española sí tiene importancia y yo creo que en este momento la información está muy centrada en este criterio de la vieja geografía del país como superficie.

**¿En un espacio fluido, en una sociedad globalizada, dónde cabe la proximidad?**

Se ha producido una aceleración del tiempo. Pero junto a eso hay una fragmentación del espacio. Y creo que eso los medios de comunicación aún no lo han adaptado. Antiguamente estaba muy clara la estructura local, regional, nacional e internacional. Pero eso ya no existe. Esa es una vieja estructura. Es una jerarquía de territorios que hoy ya no se da. Las identidades y los territorios están mucho más mezclados, son más fluidos. Un aspecto local puede estar influido por efecto global. Y para un ciudadano interesado por las noticias no existen estas fronteras tan nítidas entre lo que es información local, regional, nacional e internacional. Y sin embargo los medios aún están respondiendo a esta estructuración tan compartimentada de la información que responde a un apriorismo geográfico que ya no se sostiene. Habría que repensar la proximidad.



### **3. JORDI PÉREZ LLAVADOR**

*Jordi Pérez Llavador es doctor en Ciencias de la Información y director del departamento de Comunicación e Información Periodística de la Universidad Cardenal Herrera CEU. Su tarea investigadora se ha desarrollado en el ámbito de la construcción de significados en el espacio público de comunicación y, posteriormente, en el campo de la comunicación política y de la comunicación pública. La entrevista se realiza en la sede de la Facultad de Periodismo de la Universidad Cardenal Herrera CEU el 21 de abril de 2015.*

**«Creo que se resiente la democracia cuando se cierra Canal 9, del mismo modo que se resiente la democracia cuando se cierra la televisión pública griega»**

#### **¿Cuáles son las fuentes en la información política?**

Yo creo que la información política es muy institucional en la mayor parte de medios. Las fuentes son grandes instituciones, senado, congreso, cortes, partidos políticos, y los políticos individualmente. Que habría que abrir a más fuerzas sociales, indiscutiblemente. Pero en este momento yo creo que el gran peso de las instituciones y la manera de informar en la actualidad, mucho más pegada al ordenador, hace que la información esté muy institucionalizada y se tire mucho de nota de prensa. En realidad los medios se convierten básicamente en correa de transmisión de los gabinetes de prensa.

Si se da más en los medios públicos o en los privados, no he hecho un cálculo y eso habría que pensarlo desde el punto de vista de la investigación. Sí creo que los medios públicos son aún más respetuosos con la institucionalidad. Un medio público no criticará a los bomberos de su zona de proximidad, hablará muy bien de la guardia civil, porque también respetará esas instituciones. Sí veo en las diferentes televisiones autonómicas españolas que hay mucho respeto institucional. Y si hablamos de información política, se recurrirá a los ayuntamientos y quizá mostrar al ciudadano de a pie, normalmente con preguntas sesgadas. Pero eso ya depende de cada televisión.

**¿Posee la información política de un territorio concreto unas características igualmente concretas? En el caso de la Comunidad Valenciana, ¿tiene sentido una valencianización de la información política?**

Si nosotros entendemos la comunicación política y la información política como parte de la comunicación y entendemos que la comunicación es cultura, yo diría que sí. Porque la información es una manifestación más de una cultura, de un lugar, de un pueblo. Yo creo que nosotros informamos, o deberíamos informar políticamente de manera diferente respecto a los compañeros gallegos, andaluces o de cualquier otra comunidad autónoma, o de cualquier otro lugar de Europa. Sí. La información política se debería teñir de las características culturales de cada lugar. Pero también estamos asistiendo a modelos homogeneizadores, a modelos de estandarización de las rutinas productivas en el periodismo en general. Hay unas referencias de información, puede ser norteamericanas, y los demás las seguimos. Incluso en las facultades enseñamos a hacer ese tipo de información. Pero en sentido amplio y estricto, desde luego, puesto que la información y la comunicación son una parte de la cultura, son cultura en sí mismas.

**A lo largo de casi 25 años de emisión los informativos de la televisión autonómica valenciana no siempre contaron con la aprobación general. Manipulación informativa, falta de rigor o trivialización fueron a menudo cuestiones debatidas ampliamente por la sociedad valenciana. Más allá de un mejorable o no deber ser de las cosas, ¿es más útil para la ciudadanía una información política con defectos que ninguna información política?**

En realidad no era información. Yo creo que una información muy manipulada no es información. No tiene utilidad. Tiene, desde luego, la utilidad política o estratégica que alguien le pudiera dar. Y evidentemente es mucha. Pero para la ciudadanía, desde el punto de vista público, de respeto público a la democracia no tiene relevancia, a mí no me interesa ese tipo de información. Me interesa como analista, pero como ciudadano no me interesa. Si es eso o nada, a mí me da igual. Evidentemente lo que querría es que no fuera eso.

**Radio Televisión Valenciana nace sustentada por el Estatuto de Autonomía. ¿Es posible una cobertura informativa adecuada a esa escala territorial sin un medio autonómico?**

Esto tiene que ver con el espacio de comunicación. ¿Nosotros queremos ser valencianos? Esta sería la primera idea ¿Alicante Castellón y Valencia queremos ser algo, alguna entidad desde el punto de vista cultural? Administrativamente ya lo somos. Pero ¿tenemos la voluntad de ser algo? Si tenemos voluntad de ser algo más allá de eso sí, es imprescindible un medio, y en concreto una televisión. Eso lo hemos discutido mucho en la universidad. Porque la televisión es la reina en estos momentos. Es imprescindible una televisión que aglutine y que unifique la comunicación y la información de todo un territorio que es una sociedad. Si no queremos, no queremos. Pero si nos creemos aquello de comunidad, reino, país, sí, es imprescindible una televisión. Y yo diría más, es necesaria una televisión pública porque para cumplir determinados objetivos, una televisión privada no lo hará. No puede hacerlo y no se le puede pedir que lo haga. Para eso hace falta una televisión pública. Habría que estudiar el tipo de financiación. Habría que estudiar muchísimas cosas. Evidentemente a una televisión pública se la habría de proteger muchísimo de las manos de aquellos que quieren manipularla y que quieren controlarla, pero habría que poner en marcha de nuevo un proyecto que unifique el territorio, porque sin una comunicación que vaya de norte a sur no hay territorio socialmente unificado.

**¿Cómo describiría la información política que emitió durante 25 años Canal 9?**

Es cierto que ha ido cambiando. Pero desde el primer momento, el hecho de que hubiera censuras (incluso censura de palabras) en un medio público iniciaba un mal camino. Y al final, la manipulación era un insulto a la ciudadanía. Y los índices de audiencia eran muy claros (con independencia de que podían ser estratégicos). Creo que se puede poner como ejemplo de lo que no se puede hacer.

Sí es cierto que estaba presente la información política local y municipal. Y sobre todo hubo un momento en que había voluntad de acercarse a la sociedad, de ser la televisión del pueblo valenciano (bien o mal entendida, ahí no entraré). Yo creo que era muy clara, muy identificable, esa voluntad, no sólo por parte de los profesionales sino también por parte de la ciudadanía. La ciudadanía hizo durante mucho tiempo Canal 9 suya. La

sentían como su televisión. Porque la veían, veían por la calle las unidades móviles, las veían por los pueblos. Había una red pre-configurada que ahora sería imposible con una televisión privada. No es una televisión de proximidad en sentido estricto porque no es local, es autonómica y por tanto es una televisión regional. Pero sí, desde ese punto de vista, creo que sí se cubría.

Es cierto que también se daba una cierta manipulación municipalizada (había alcaldes buenos y alcaldes malos). Aunque actuaciones políticas menos. Yo creo que se daba más en sucesos pero era un tipo de información que te hermana mucho. Actuaciones políticas, plenos, menos.

**Tras el cierre de Televisión Valenciana, ¿cree que es suficiente el relato político de proximidad ofrecido por la delegación de Televisión Española?**

No es suficiente. No, taxativamente. Si no queremos ser nada, si no tenemos voluntad de ser valencianos, no. Pero administrativamente lo somos. La administración nos hace ser. Hay elecciones autonómicas, hay propuestas de conjunto de la Generalitat. Pero además es que tenemos un idioma propio diferenciado del resto del estado. Es una auténtica barbaridad.

**Durante 25 años Canal 9 ofreció una cobertura exhaustiva de las noches electorales. ¿Qué cree que supone para el ciudadano no contar con esa información?**

En primer lugar, supone una pérdida de información obvia. Porque yo creo que sí nos interesa saber qué ha pasado en cada municipio. Y en segundo lugar, y esto me parece más grave, perdemos una auto-comprensión. Porque ya no vamos a ver esos resultados, ya no vamos a ver lo que estamos votando nosotros y los que son como nosotros, desde el punto de vista de la sociedad (no diferenciada de España, sino de una sociedad administrativa que tiene unas ciertas señas de identidad). Eso significa que esa cultura pueda convertirse en información y por tanto en conocimiento. Se pierde la autocomprensión precisamente porque no está, de manera que nosotros dejamos de contemplarnos a nosotros mismos. Y si no se potencia esa autocomprensión pasas ante el espejo y ya no te miras. Y ahora, en las elecciones autonómicas, es muy grave. Son las primeras elecciones autonómicas (desde que tenemos recuerdo) sin una televisión que, efectivamente, informe de los distintos resultados que van apareciendo en los distintos

municipios de la Comunidad. Seguramente es una de las noches en que la ciudadanía eche de menos Canal 9.

**Como ciudadano, y al mismo tiempo como experto en información política de proximidad, ¿cómo describiría el panorama informativo de proximidad actual?**

Yo creo que España y parte de los países del Mediterráneo han perdido una oportunidad. Porque hace un tiempo parecía que la comunicación, y la información de proximidad, los medios de proximidad, iban a ser una punta democrática, de participación, de acceso de la ciudadana a hacer su propia información. Pero creo que al final se ha demostrado que aquello que podía ser un ámbito de democratización ha resultado ser un ámbito más del mercado. Y como ámbito del mercado estamos tratando con publicidad, estamos tratando con las bolsas económicas. Eso ha supuesto que la ciudadanía le diera un poco la espalda. La prensa está de capa caída. Las radios mantienen pequeñas franjas de desconexión. Y la televisión local, no arranca. Tiene índices de audiencia residuales, cuentan con muy pocos medios. Y hacen lo que pueden pero no pueden competir con las grandes cadenas nacionales que en España se han permitido una concentración absoluta en dos grupos. Creo que en estos momentos hay una gran crisis de televisión local, sobre todo en la Comunidad. En Cataluña no ocurre lo mismo pero sí se da aquí, en Murcia, algo en Andalucía y en Castilla La Mancha. En estos momentos hay un claro déficit, sobre todo aquí porque tenemos un punto de referencia muy claro, lo que hemos sido y ya no somos.

**En lo que se refiere al idioma, ¿el uso del valenciano hacía más próximos, más propios los informativos?**

En realidad tenemos una Comunidad muy complicada. Dependiendo de con qué zona de la Comunidad hablemos extraeremos una conclusión u otra. Pero para la gente que habla valenciano era fundamental. Eran sus informativos porque estaban expresados en su lengua. Desde el punto de vista conceptual la comunicación no es una herramienta, la comunicación es cultura en sí misma. La manera de decir las cosas, la manera de contar es la misma. Y en ese sentido, en el sentido cultural, era tu televisión. Si hay una razón de ser de Canal 9 posiblemente es la reivindicación de una cultura. Y si reivindicamos la cultura, vamos a hacerla en valenciano. Los informativos eran en valenciano y eso los acercaba mucho a la gente.

**Por último, ¿cerrar un medio público repercute en el nivel de democracia del territorio?**

Cerrar un medio siempre tiene repercusiones. Hasta este momento teníamos dos modelos de cierre de un medio de comunicación. En primer lugar, el que es obligado a cerrar por una multa, como castigo por hacer mal su trabajo, no ser veraz, no cumplir con su función. El segundo caso es el del medio que cae por auto fallida. En el caso de Canal 9 no se daba ninguna de estas dos situaciones. Había un agujero económico pero se podía negociar cómo asumirlo. ¿La democracia se resiente? Sí, porque además era un medio público. Es cierto que se cierra por decisión de la mayoría parlamentaria del mismo modo que se abrió por decisión de la mayoría parlamentaria. Pero a mí me da una sensación más extraña. Creo que no se ha tenido en consideración el verdadero sentimiento de la ciudadanía. Yo tengo la sensación de que en el inicio de Canal 9 la Comunidad Valenciana quería Canal 9, quería una televisión autonómica. Y también tengo la sensación de que el conjunto de la Comunidad no quería que se cerrara Canal 9. Creo que la mayoría en el Parlamento toma esa decisión sabiendo que en esos momentos, de una manera muy clara, no están representando a la ciudadanía. Están actuando sobre un medio público por tanto debían de haber tenido un doble cuidado democrático. Y toman la decisión. Yo creo que sí. Creo que se resiente la democracia cuando se cierra Canal 9 del mismo modo que se resiente la democracia cuando se cierra la televisión pública griega.



#### **4. ANDRÉS DE SALES FERRI**

*Andrés de Sales Ferri es director del Archivo de Religiosidad Popular, el único de estas características existente en el mundo desde 1984. Es académico de la Real Academia de la Historia y, desde 2004, también forma parte de la Real Academia de Bellas Artes de San Carlos. La entrevista se realiza en la sede del Arzobispado de Valencia el 5 de febrero de 2015.*

**«El seguimiento de las fiestas de los distintos pueblos de la Comunidad ya no existe en estos momentos y eso nos retrotrae a hace cincuenta años»**

#### **¿Qué es la religiosidad popular?**

Es la manera en que las personas manifiestan un respeto a lo sobrenatural. Lo sobrenatural, lo trascendente, lo invisible se sirve de lo accesorio y accesible para el hombre, fácil de entender, para generar, a través de la fe, la sensación de paz, de alegría, de confianza, de esperanza. Por ello se generan tradiciones de culto en lugares concretos donde se han dado este tipo de episodios.

#### **¿Qué peso tienen en la Comunidad Valenciana las manifestaciones de la religiosidad popular?**

Tienen un peso inmenso, extraordinario. Lo único que falta es información a nivel general porque a nivel local, a nivel comarcal, incluso en ocasiones a nivel supra comarcal, esa importancia y ese conocimiento están clarísimos. Un ejemplo es el culto a la beata Inés de Benigànim. La beata Inés tiene devotos en Benigànim, y en toda la comarca de la Vall d'Albaida, y en las de Alcoy y Cocentaina y en muchos otros lugares. Lo mismo ocurre con la Virgen del Puig, que data de 1238, o en Algemés (1247), o en Carcaixent (1350), o Sueca (1361). Todas esas tradiciones se han conservado a nivel comarcal, y a nivel local. Pero en el ámbito más global de la Comunidad Valenciana el sostenimiento o el conocimiento de esos cultos, de esos ritos, requiere información.

**Este estudio pretende comprobar qué repercusiones ha tenido para la información de proximidad el cierre de Canal 9. En ese sentido, ¿qué nivel de presencia tenía la religiosidad popular en los informativos de la televisión autonómica?**

Los actos de religiosidad popular, en el pueblo valenciano, son su esencia también, son su manera de ser. Del mismo modo que hablamos valenciano, la parte religiosa, la vivencia religiosa que se hereda también es parte del todo. En Canal 9 teníamos desde el principio de enero Sant Antoni del Porquet, San Sebastiá, San Vicent de la Roda, la Beata Inés de Benigànim, teníamos el mes entero. En febrero, el día 2 grababan la Candelaria, el día 3 Sant Blai en Torrent, La Entrada de la Flor, y ya teníamos ahí los Moros y Cristianos de Bocairent. Así podría continuar durante los 12 meses del año. Durante todo el tiempo que ha estado emitiendo Canal 9 hemos podido ver todas esas fiestas, por curiosidad, por interés, cada uno por la razón que fuera, pero todos han podido verse reflejados.

**¿Qué importancia tenía que los informativos de Canal 9 se hicieran eco de estas manifestaciones de religiosidad popular (como información de retorno)?**

La importancia es máxima. Suponía la propia constatación de que la fe sigue vigente en los pueblos valencianos. Si esas fiestas se plasman en imágenes, la visibilidad hace normal y cercano, a nivel general, lo que ocurre desde Zorita del Maestrat hasta Pilar de la Horadada. El resultado es el mismo sea cual sea la tradición. Cada pueblo tiene su fiesta y por tanto su manera de acercarse a la religiosidad, pero todos manifiestan esa religiosidad. Durante casi 25 años Canal 9 ha acercado, ha hecho normal para toda la Comunidad lo que era normal a nivel local o comarcal. Los reportajes de las fiestas de los pueblos servían precisamente para poner en común porque te hacían ver que, por ejemplo San Blas no todo el mundo lo celebra el 3 de febrero. La inmensidad de peculiaridades de lo mismo, precisamente, nos hacía participar más de lo que somos todos: valencianos. La televisión servía para mostrar que había una referencia particular en cada sitio, en cada población, pero al tiempo existía una universalidad común.

**Tras el cierre de la cadena autonómica ¿cómo describiría la información que ha ofrecido la televisión pública sobre religiosidad popular en 2014?**

Nos hemos quedado en blanco. El año, en la Comunidad, comienza con la cabalgata de los Reyes Magos y acaba el día 29 de diciembre en Elche, con la venida de la Virgen. Eso este año no lo hemos visto. Quizás algo en alguna televisión local, pero nada más. Y que

nos hayamos quedado en blanco es como quedarnos sin alma. Televisión Española ha de dar una información general, y puede que, por algún motivo, en un momento determinado de una pincelada de alguna fiesta o algún rito concreto, pero nada más. El seguimiento de las fiestas de los distintos pueblos de la Comunidad ya no existe en estos momentos y eso nos retrotrae a hace cincuenta años. Entonces, la única información que teníamos de esos actos era la que aportaba el corresponsal o el cronista en el periódico, pero no existía visibilidad. Durante un cuarto de siglo la hemos tenido y que eso ya no exista nos priva de una parte fundamental del todo. Nos ha dejado huérfanos.

**¿Cree que la información que generan las manifestaciones de religiosidad popular tiene ahora la misma repercusión en el ciudadano que tenía hasta el cierre de Canal 9?**

Es imposible que la repercusión sea la misma por una razón: Canal 9 te enganchara porque era la tuya. Ahora tienes la opción de buscar canal por canal, hasta encontrar alguna televisión que muestre eso, pero has de buscarlo, y lo encontrarás, o no. Canal 9 te lo daba sin necesidad de buscarlo. También podías cambiar cuando quisieras, pero no es lo mismo que tú sepas que tienes el telediario a una hora determinada y que dentro de ese informativo hay un espacio concreto donde te van a hablar de todas esas fiestas. Si tú quieres lo pones y si no también pero ahí está. Y conservar esa memoria gráfica, ese testimonio documental, es de primera obligación y necesidad porque eso es el pueblo. Ese hueco, ese silencio, nos ha dejado peor que si Canal 9 no hubiera existido nunca. Porque es como si de repente ya nada existiera. Que desde el día 5 de enero, en que por primera vez no hemos visto la cabalgata de Reyes de Alcoy, al 31 de diciembre, es como si aquí nadie hubiera hecho nada. No hace falta televisión en cada pueblo para saber que llegan las fiestas del pueblo. Pero sí es necesaria para que esas fiestas lleguen al resto, para hacerlas comunes.

**En su opinión, ¿ofrecer la información religiosa en valenciano la hacía más próxima al ciudadano de la Comunidad?**

Totalmente porque de ese modo lo que te están mostrando es la vida ordinaria. La mayor parte de pueblos de la Comunidad habla en valenciano y el hecho de mostrar esas manifestaciones en el idioma en que la mayor parte de los pueblos se expresan las acerca. Pero también acercaban a los pueblos de la Comunidad que son castellanohablantes. Era

importante darnos cuenta de que el conocimiento de lo que tenemos en común hace que todos los pueblos se unan. Los castellanoparlantes y los valencianoparlantes comparten tradiciones. Un ejemplo: los patronos de Algueña, cerca de Orihuela, son los Santicos de la Piedra, pero también en Sueca los patronos son els Sants de la Pedra.

**Y más allá del ámbito concreto de las fiestas religiosas, desde el punto de vista de la información en general, ¿qué percepción tiene como valenciano de la información de proximidad que le ha ofrecido la televisión pública tras el cierre de la cadena autonómica?**

Es una pérdida. Canal 9 permitía a la gente verse reflejada, hacía visible su pueblo, con independencia del tamaño que tuviera. Eso provocaba inmediatamente la sensación de que tan importantes son unas cosas como las otras.

**En el contexto de una realidad globalizada ¿cree que hoy en día sigue siendo necesaria la información de proximidad?**

Cada día tenemos menos tiempo para estar juntos. Sólo cuando nos sentamos, hablamos con la gente. Y ahora la gente se reúne en torno a una mesa a mediodía y por la noche. Eso crea convivencia. Conocer la información más próxima es fundamental.

**Más allá de la información puntual, ¿qué utilidad han tenido los informativos de Canal 9 para la sociedad valenciana?**

Nos permitieron caer en la cuenta de que participábamos de características comunes. Ha servido como elemento coordinador. Ha permitido visibilizar una realidad por encima de lo local y, desde luego, hacer visibles las fiestas. En muchos casos, incluso, ha servido para revitalizarlas.

**A la hora de plantear unos presupuestos, cualquier gobierno ha de tener en cuenta algunas partidas como esenciales (sanidad, educación, pensiones). En ese contexto, ¿una televisión autonómica debería ser tenida por un lujo?**

Yo no lo he creído nunca, jamás. Estamos en las generaciones audiovisuales. La sociedad progresa razonablemente, de manera que lo que hace 70 años no existía se ha ido imponiendo. La televisión te cuenta el día a día. Si los ciudadanos no pueden ver ese hoy, falta algo fundamental. Es un servicio que cada vez será más preciso porque quienes van

al colegio hoy no tienen nada que ver con quienes iban hace décadas. Estamos ante una generación tecnológica, cómo no vamos a darle imágenes a esa generación si es con lo que están trabajando. Es su principal vía de información.



## 5. CRISTÓBAL AGUADO

*Cristóbal Aguado es desde 1997 presidente de la Asociación Valenciana de Agricultores y vicepresidente de ASAJA-España. Forma parte, además, del comité ejecutivo de la CEV, Confederación Empresarial Valenciana y de CIERVAL, la Confederación de Organizaciones Empresariales de la Comunidad Valenciana. La entrevista se realiza en la sede de AVA-ASAJA el 19 de enero de 2015.*

**«Tras el cierre de Canal 9, el trabajo que hacemos para defender el campo valenciano no llega a los ciudadanos de la Comunidad»**

**Este estudio pretende comprobar qué repercusiones ha tenido para la información de proximidad el cierre de Televisión Valenciana. En ese sentido, ¿cree que el sector agrario tenía suficiente presencia en los informativos de la cadena autonómica?**

Sin duda. Era raro el día en que el sector agrario no estaba presente en Canal 9 por un lado u otro. Incluso en la información meteorológica se hablaba siempre de los efectos que en la agricultura podía tener cualquier fenómeno que se produjera. Lo que es cierto es que en los informativos, en los debates, toda aquella información que generaba el mundo agrario en la Comunidad Valenciana, en Madrid o en Bruselas se cubría muy adecuadamente.

**¿Era útil para las asociaciones de agricultores la información que ofrecía Canal 9 sobre asuntos agrarios (como información de retorno)?**

Era importantísima, porque los agricultores y el resto de ciudadanos tenían mucho más presente el campo de lo que lo pueden tener hoy. Si un medio se hace eco en distintas formas de un sector profesional y económico como es el agrario, habla de las formas de producir, de los diversos productos, muestra los campos, muestra toda la cadena comercial, toda esa información mantiene el sector en la actualidad, lo mantiene vivo. Ahora la gente se lo imagina, pero no lo ve. Esa es la diferencia entre tener un medio de la tierra, que puede ser mucho más próximo, y cualquier otra televisión de ámbito mucho más amplio. Aquí se vivía muy intensamente esa proximidad, la vivencia real era real de

verdad y no como ahora: lo ves en un periódico, en otro, lo oyes en alguna radio, ves noticias sueltas, pero no con la intensidad con que se veía en Canal 9.

**Tras el cierre de la cadena autonómica ¿cómo describiría la información que se viene ofreciendo en la televisión pública sobre asuntos agrarios?**

Antes con Canal 9 se hablaba de todos los temas agrarios en general, se abordaban aspectos agrarios de toda la Comunidad y por tanto todos se sentían escuchados. Por lo menos se hacía mención de ellos y en este momento es algo que no tenemos. Yo veía muchos programas de Canal 9 y lo veía más vivo. Ahora sé que hay alguna emisora que da algo pero la verdad es que yo ni siquiera he llegado a verlo. Me ha pasado totalmente desapercibido. No es ni suficientemente amplio ni puede profundizar en la diversidad que hay. Es verdad que pueden dar alguna información puntual y que, como buenos profesionales que son en todos los medios, la cubren lo mejor que pueden, pero siempre es algo muy puntual que queda muy difuminado y resulta puramente anecdótico porque el ámbito de noticias que cubren es mucho más amplio. Eso hace que se produzca la sensación de que no tener una televisión propia nos ha hecho perder muchísimo.

**¿Cree que la información que ustedes generan tiene ahora la misma repercusión en el ciudadano que tenía hasta el cierre de Canal 9?**

En este sector lo hemos notado mucho. El cierre coincidió con la reforma de la PAC. Cada vez que nosotros íbamos a Bruselas nos entrevistaba el equipo de Televisión Valenciana. Tras el cierre de Canal 9, el trabajo que hacemos para defender el campo valenciano no llega a los ciudadanos de la Comunidad. Nosotros necesitamos los medios como el agua, nosotros llegamos a la gente a través de los medios y renunciar al medio que más tiempo dedicaba a nuestro trabajo y que más llegaba a la gente de nuestro ámbito es un desastre. Si la gente no te ve, aunque estés trabajando a la gente no le llega. Televisión Española nos saca pero no es lo mismo. Tienen sólo media hora y han de cubrir tantos temas que es imposible que la cobertura sea la misma. Si hay una noticia importante se cubre, pero la cotidianeidad se ha perdido. Hemos intentado llegar en lo posible al ciudadano, apoyándonos en los medios todo lo que hemos podido. Pero indiscutiblemente el hueco que ha dejado la ausencia de Canal 9 no se ha podido cubrir. Los demás ya estaban, y antes también nos sacaban porque también recurríamos a ellos. Nosotros somos una entidad que recurre a todos los medios, pero indudablemente el medio al que más recurría el sector agrario para llegar al ciudadano era Canal 9 y esa vía



ya no existe. El colectivo agrario ya no cuenta con ese espacio que era el espacio fuerte, el resto era complementario. Ahora nos queda lo complementario y hemos perdido la base.

**En lo que se refiere al uso del idioma, ¿cree usted que la información agraria de proximidad despierta más interés en el ciudadano si se le ofrece en valenciano o le parece que es indiferente?**

Aquí el castellano lo hablamos todos, pero indiscutiblemente el idioma que utilizamos habitualmente es el valenciano. Y lógicamente un medio que, cuando habla expresamente de nuestras cosas, lo hace en valenciano, llega mucho más y desde luego lo sientes más como tuyo, te sientes más identificado. Esa identificación hacía que la atención fuera mayor y que pareciera que era más eficaz. La televisión es un medio que llega mucho a las casas. Es normal que cuando uno está en casa ponga la televisión. Se decía que Canal 9 no tenía audiencia pero cuando cualquier información se emitía todo el mundo la había visto. Esa proximidad creaba relación y la relación generaba identificación con la cadena como nuestra.

**Y como ciudadano, más allá de su ámbito profesional, ¿qué percepción tiene de la información de proximidad de la Comunidad Valenciana que le ha ofrecido la televisión pública tras el cierre de la cadena autonómica?**

Si pasa algo grave se da en todos los informativos, como se daba antes. Pero el día a día, lo que pasa en cada comarca, en cada pueblo, todo aquello que es cotidiano y que te acerca a tu tierra, eso en 2014 no lo he tenido, y lo cierto es que lo echo de menos. A mí me gusta ver las fiestas de los pueblos, la Cabalgata de Reyes de Alcoy, que este año es el primero en muchos años que no veo, por ejemplo, y muchas más cosas que antes veía y ahora no veo. No hay comparación. Antes lo tenía y ahora no lo tengo. Se puede hacer un extra dando algo más en otras cadenas pero ese algo más sinceramente yo no lo he percibido. Canal 9 era una televisión de proximidad, y ahora está Levante TV, antes la de Las Provincias, Tele 7, Mediterráneo, pero son muy locales, abarcan un círculo muy pequeño.

**En el contexto de una realidad globalizada, ¿cree que hoy en día sigue siendo necesaria la información de proximidad?**

Para mí eso es importantísimo. A mí me gusta saber lo que pasa en el mundo, pero también me gusta mucho saber lo que pasa en mi casa, y lo que pasa en mi casa ahora no lo sé. Leo el periódico, porque sí leo muchos periódicos, y me entero de cosas, pero antes te enterabas de casi todo, veías las noticias de Canal 9 y en un mismo espacio todo lo que tenía que ver con la Comunidad lo veías rápidamente. Ahora no lo ves.

**Más allá de la información puntual ¿qué han aportado los informativos de Canal 9 para la sociedad valenciana?**

Yo no concibo la Comunidad Valenciana sin una televisión propia, no la concibo. Es un medio que daba un producto que yo considero necesario. Canal 9 generaba un contacto total con los espectadores. Tertulias como aquellas en las que yo he participado personalmente en Canal 9 para hablar de problemas agrarios no se han vuelto a repetir en el ámbito amplio de toda la Comunidad Valenciana que es el ámbito al que yo aspiraba a llegar mayoritariamente. Canal 9 era el medio necesario y global para llegar a los diferentes sectores y colectivos. Por ejemplo, para el colectivo agrario Canal 9 era el medio ideal para hablar de las importaciones, de las leyes de Bruselas, de la regulación, del presupuesto, del agua, de todo aquello que hiciera falta. Creo que era el lugar idóneo. Eso ahora ya no existe.

Yo voy de pueblo en pueblo y no hay municipio por pequeño o grande que sea donde no haya surgido el debate sobre el cierre de Canal 9 y la necesidad de una televisión valenciana que se ocupe de las noticias de esta comunidad, de programas hechos en la tierra, como los que se hacían, informativos, de literatura, de cine... Había como 20 programas así, con historias, costumbres, formas de hablar de los diferentes pueblos. Eso lo hemos perdido. Hemos perdido un patrimonio valiosísimo. Ciertos programas eran como visitar un museo. Veías costumbres, pueblos, escuchabas lo que piensa la gente. Esas vivencias, si no las da una televisión de la tierra, no las da nadie. Te hacía sentir lazos que ahora no sientes. Ahora ves la televisión y lo mismo te da un canal que otro. Canal 9 además al ser pública, la considerabas tuya. Era *la nostra*.

## **6. FERNANDO DEL ROSARIO**

*Fernando del Rosario ha sido presidente de Cruz Roja Comunidad Valenciana durante 25 años, hasta abril de 2015. Fue también durante nueve años presidente de Cruz Roja en la provincia de Castellón y vicepresidente nacional de Cruz Roja. La entrevista se realiza en la sede central de Cruz Roja en la Comunidad Valenciana el 27 de enero de 2015.*

**«Ahora Televisión Española nos da cobertura como mucho una vez al mes poniéndole mucha voluntad. No tienen medios para más»**

### **¿Con cuántas entidades locales cuenta Cruz Roja en la Comunidad Valenciana?**

Es una de las organizaciones no gubernamentales de más envergadura en la Comunidad Valenciana. Cruz Roja está presente en 74 localidades de todas las comarcas. Hay 120.000 socios y algo más de 20.000 voluntarios repartidos por todo el territorio.

### **Este estudio pretende comprobar qué repercusiones ha tenido para la información de proximidad el cierre de Canal 9. En ese sentido, ¿cómo valora la cobertura que Canal 9 ofrecía sobre su entidad y en general sobre el ámbito de la solidaridad?**

Hay algo que es evidente. En cualquier comarca en la que Cruz Roja trabaja había un corresponsal de Canal 9 de manera que cualquier evento, cualquier problema que nosotros cubríamos, inmediatamente tenía la cobertura de Televisión Valenciana. Nos daban cobertura tanto si se trataba de un evento o algo especial, como si se detectaba algún problema que había que abordar. La desaparición de Canal 9 significa que nosotros en este momento tenemos una difusión precaria, pese a la buena voluntad de los medios que quedan, Televisión Española, o Mediterráneo, fundamentalmente. Hay mucha voluntad de estar presentes pero quien tiene una sola cámara, cuando tiene otro evento más importante, pese a la buena voluntad, no puede acudir.

Cuantificándolo, el último año de Canal 9, Cruz Roja Comunidad Valenciana apareció 100 veces en televisión. En 2014, 20. Son dos números tan expresivos que lo dicen todo.

### **¿Ese descenso se nota por igual en todo el territorio de la Comunidad?**

En general, en este momento, donde mínimamente tenemos una posibilidad es en Valencia y el área metropolitana, porque es lo que los medios que hay tienen más cerca, más accesible. En Castellón no hay prácticamente nada y hay mucha dificultad para difundir. Allí las emisoras de televisión cuentan con medios muy precarios y llegan poco más allá que una local. Ahora Televisión Española nos da cobertura como mucho una vez al mes poniéndole mucha voluntad. No tienen medios para más. Porque no sólo hay escasez de medios técnicos para acudir y que las diferentes entidades y temáticas estén presentes, también hay escasez de espacios en la franja de emisión. En Canal 9 nosotros hemos acudido no sólo a los informativos. Había otra manera de llegar a los ciudadanos. Es anecdótico y parece pintoresco pero en la cadena autonómica yo he estado hablando de Cruz Roja, del hambre y de muchos otros ámbitos de nuestro trabajo, en programas de cocina, por ejemplo, mientras cocinaba una olla. Y esto es un ejemplo pero había muchos más espacios donde dar difusión a cualquier área. Eso evidentemente no lo pueden hacer las demás televisiones porque, entre otras cosas, carecen de esos espacios.

### **¿Era útil para la labor de Cruz Roja la información que ofrecía Canal 9 sobre su ámbito de trabajo (como información de retorno)?**

Sí claro. En el ámbito de la Comunidad, que Cruz Roja apareciera en Canal 9 era básico. De manera general las emergencias son lo que más imagen y más impacto tiene. La diferencia en la recaudación entre unas emergencias y otras viene marcada directamente por el número de veces que aparecen las imágenes de esa emergencia en televisión. Es directamente proporcional. Yo recuerdo unas inundaciones en Mozambique en que apareció la imagen de una persona que se estaba ahogando y trataba de alcanzar a un helicóptero. Aquello tuvo un impacto que significó en seguida que la población se volcara en la ayuda. También se nota en el número de socios que tiene la institución porque las apariciones de Cruz Roja en televisión han sido siempre atendiendo a necesidades de personas, de manera que el ciudadano tiene una mirada positiva hacia la organización y cuando surge el deseo, la voluntad de ayudar, Cruz Roja viene a su cabeza.

En el tema de la pobreza, por ejemplo, antes de la crisis nuestros proyectos de pobreza ya existían pero con el llamamiento «Ahora más que nunca» y el «Dar un vuelco, dar un paso» para apoyar a las familias que están viviendo una situación de crisis nos permitió

visibilizarlo y también consolidar y conseguir más apoyos. Pese a que, en una situación de crisis en todas las capas de la sociedad, en una situación de desencanto, la sociedad confiaba en pocas organizaciones, Cruz Roja logró no sólo un mantenimiento sino incremento de socios.

Ponerle rostro a las cifras de la pobreza en 2014 nos hubiera ido muy bien, porque al final no son las estadísticas lo que llega al corazón de las personas sino las caras y durante este año hemos vivido un incremento de las situaciones de pobreza y precariedad en muchas familias. En Valencia aún hemos podido aparecer en alguna ocasión pero en el resto de comarcas ha sido imposible. Un ejemplo, la pobreza energética. Desde hace años en Requena se lleva a cabo una iniciativa, la donación de leña. Desde el primer año en que se puso en marcha el proyecto Canal 9 había venido haciendo un seguimiento del tema, que además es muy visual. Se grababa a las familias en casa, se grababa cómo recogían la leña. En 2014 todo se reduce al titular pero no se profundiza en él, de manera que la cobertura es menos eficaz.

**Tras el cierre de la cadena autonómica ¿cómo describiría la información que ha ofrecido la televisión pública en el ámbito de la solidaridad, y en concreto sobre Cruz Roja?**

La visibilidad de Cruz Roja ha disminuido. Nunca hay bastante cobertura, desde luego, pero desde 2014 aún hemos tenido menos. La precariedad de medios que pueda tener, por ejemplo, Televisión Española, hace que si tienen otras informaciones que les interesen más, entonces claro, han de decidir y poco queda para otro tipo de temas. Por suerte nos tratan muy bien, pero es difícil.

**¿Cree que la información que genera Cruz Roja en la Comunidad tiene ahora la misma repercusión en el ciudadano que tenía hasta el cierre de Canal 9?**

Donde más hemos perdido es en las comarcas. Cruz Roja trabaja fundamentalmente con la proximidad. Por ejemplo, un tema como «asentamientos», es un tema con mucha salida en invierno y lo estamos haciendo en muchas localidades. Se lo ofrecíamos a Canal 9 y era fácil grabarlo en cualquier punto de la geografía de la Comunidad. Según el día, o su disponibilidad de medios en una u otra delegación, se decidía en qué localidad se grababa y se le daba la mejor salida al tema. En 2014, si el proyecto no se hace en Valencia, las televisiones difícilmente van a poder cubrirlo. En los temas de infancia, por ejemplo,

estamos haciendo un esfuerzo. Tenemos un proyecto para que los niños no se desenganchen del estudio al salir de clase. Y este año el «Día de la banderita» iba destinado a este proyecto. A nosotros nos gusta dar visibilidad a los proyectos a los que se destina ese dinero, porque, entre otras cosas, facilita las donaciones. Este año fue complicadísimo conseguirlo. Hubo que pactar con Televisión Española: una tarde y tenía que ser Valencia capital o su área metropolitana. Pero este proyecto tiene mucha más envergadura en otras localidades. En Oliva, por ejemplo, está más implantado. O en Castellón o Burriana. La provincia de Alicante también es muy activa para Cruz Roja. Pero en este momento tiene que ser Valencia capital, o nada. De otro modo no se graban los temas.

Otro ejemplo, tenemos un centro logístico en Cabanes para los productos que salen en caso de emergencia, por ejemplo, con el terremoto de Haití. Nos gusta utilizar ese centro porque permite aprovechar recursos y de alguna manera nos permite implicar a voluntarios de otros ámbitos, más rurales, y que quienes aparecen no sean siempre los voluntarios de Valencia. Además, ayudaba mucho a valencianizar la información. Ahora, como no traigamos el camión de ayuda a la puerta de la conselleria o lo llevemos al puerto de Valencia, los medios no van.

Por ejemplo, la crisis del ébola en 2014. Hemos tenido trabajando in situ, en Sierra Leona, a ocho voluntarios valencianos. Pero no ha habido modo de que salieran en los informativos. Televisión Española se mostró muy ilusionada pero no encontró disponibilidad de cámaras. Y estamos hablando entre otros del técnico que montó los dos hospitales que hay en Sierra Leona. Teníamos imágenes grabadas allí, su testimonio era muy humano, y sobre todo muy próximo. Pero no se pudo grabar.

**En lo que se refiere al uso del idioma ¿cree usted que la información de proximidad sobre solidaridad despierta más interés en el ciudadano si se le ofrece en valenciano o le parece que es indiferente?**

El idioma no es condicionante para Cruz Roja. A la hora de lanzar un mensaje, en cada momento nos adaptamos a la situación. Incluso muchas de las campañas nos vienen desde Madrid, son genéricas.

**Y más allá de su área concreta de trabajo, desde el punto de vista de la información, ¿qué percepción tiene como ciudadano de la información de proximidad que le ha ofrecido la televisión pública tras el cierre de la cadena autonómica?**

En 2014 hemos vivido una pérdida de la cercanía. Nosotros estamos presentes en todas las comarcas. Tenemos ojos y brazos en todas ellas. Canal 9 tenía eso mismo. Aparte de delegaciones fijas en las capitales de provincia, tenía corresponsales en todas las comarcas. Llegaba a todas partes. Y eso ya no existe, de manera que toda la información pierde muchísimo. Además existe un agravante: es más noticiable lo negativo que lo positivo, de forma que si aparece alguna información en medios nacionales es siempre negativa. En cambio esa otra vida que antes salía, lo cotidiano, ahora no aparece.

Por ejemplo, lo que más repercusión ha tenido de la Comunidad Valenciana en todos los ámbitos de Cruz Roja ha sido la llegada de pateras. Pese a ser en costas de Alicante, donde Televisión Española sólo tiene un equipo y el resto de cadenas nacionales, más o menos lo mismo. Además también ha coincidido con que las televisiones locales, que eran aún más próximas que Canal 9, también han entrado en crisis, incluso muchas de ellas han cerrado. La información de proximidad a partir de 2014 ha quedado muy mermada.

**En el contexto de una realidad globalizada ¿cree que hoy en día sigue siendo necesaria la información de proximidad?**

Es muy importante porque es la vida, son los rostros, la gente, es vivir, y eso es lo importante. De hecho Cruz Roja tiene un programa de proximidad porque es en la proximidad como la ayuda es más eficaz. La proximidad es lo que te permite poner cara a la información.

**Cualquier gobierno, a la hora de plantear unos presupuestos, no puede olvidar partidas que son esenciales (sanidad, educación, pensiones) ¿Plantearse una televisión autonómica puede ser tenido como un lujo o sería un servicio esencial?**

Una televisión pública es necesaria porque la información es un derecho de las personas y ese derecho no puede depender de la iniciativa privada. Con todos mis respetos a la iniciativa privada, las empresas privadas se mueven siempre, y es legítimo, por intereses comerciales. Es un negocio y se moverá según las audiencias y no por el interés público,

que no siempre coinciden, ni mucho menos. Ahora, ha de ser de verdad una televisión pública, no partidaria, porque si al final se convierte también en portavoz de una opción política concreta, deja de ser un servicio público.



## 7. FERNANDO MÓNER

*Fernando Móner es presidente de la Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios desde 1997 y desde 2008 ocupa también la presidencia de la Confederación Española de Consumidores. Es consejero asesor del grupo RTVE y presidente de la Comisión Política Comunitaria del Consejo de Consumidores de España. Forma parte del Consejo Valenciano de Salud y del Consejo de Bienestar Social de la Comunidad Valenciana. La entrevista se realiza en la sede de la Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios el 19 de enero de 2015.*

**«Hemos pasado de tener una presencia semanal e incluso diaria en la televisión pública a no tener una prácticamente ninguna»**

**Este estudio pretende comprobar qué repercusiones ha tenido para la información de proximidad el cierre de Canal 9. En ese sentido, ¿cómo valora la cobertura que Canal 9 ofrecía sobre su entidad y en general sobre los asuntos de consumo?**

Teníamos mucha presencia. Principalmente porque el ámbito es la Comunidad Valenciana y en segundo lugar, porque el tema del consumo yo creo que en los últimos 15 años ha despertado un interés creciente. Primero porque estamos hablando de que el destinatario son cinco millones de consumidores en el caso de la Comunidad Valenciana, y porque además yo creo que lo que quieren los consumidores cada vez más es información relativa a lo que a ellos les pasa, a su entorno, a lo que les rodea, y cuando hablamos de vivienda, de sanidad, de servicios financieros, de seguros, etcétera, obviamente presta mucha atención porque tiene mucha importancia. En ese sentido, la presencia fue importantísima. Y además, comparativamente hablando, mucho mayor que en otras comunidades autónomas. Cuando aquí, yo, como presidente también de la Confederación Española de Consumidores, hablaba con mis compañeros de otras comunidades autónomas se quedaban perplejos. Canal 9 nos ofrecía sus espacios todas las semanas, no solamente en los informativos sino también en otro tipo de programas, de tipo magazine, como Bon Día Comunitat Valenciana, o incluso programas específicos en

materia de consumo. Yo recuerdo PVP, recuerdo otro que era Investigación TV, recuerdo varios donde los asuntos de consumo eran los protagonistas. Para nosotros era una ventana abierta a cada uno de los hogares importantísima y esencial.

**¿Era útil para las asociaciones de consumidores la información que ofrecía Canal 9 sobre consumo (como información de retorno)?**

A nosotros nos aportaban muchísimas cosas. Cuando se daba alguna situación compleja para los consumidores, Canal 9 era la vía para llegar a ellos. Y además los consumidores conocían a través de Canal 9 que podían acudir a nosotros para resolver sus problemas. Para nosotros la televisión autonómica era esencial. Primero para llamamientos en situaciones de cierta gravedad o cierta urgencia para los consumidores y para los propios consumidores porque ya les ubicaba sobre dónde podían acudir en el caso de esta tipología de problema. Y esta circunstancia evidente permitía una respuesta importante e imprescindible.

**Tras el cierre de la cadena autonómica, ¿cómo describiría la información que se ha ofrecido sobre consumo en la televisión pública?**

En lo que afecta a AVACU, la situación ha cambiado como del día a la noche. Hemos pasado de tener una presencia semanal e incluso diaria en la televisión pública a no tener prácticamente ninguna. Es decir, ya no es una vez por semana, ahora puede ser en el mejor de los casos una vez cada tres, cuatro o cinco meses. De hecho, tenemos más repercusión en algunas cadenas de ámbito nacional, tipo Antena 3, la Sexta o Cuatro, que en la televisión pública nacional en su vertiente autonómica. Por tanto, obviamente AVACU lo ha notado muchísimo, y lamentablemente, porque yo creo que justo ha coincidido con el momento en que el consumidor se está volviendo mucho más consciente de que tiene que defender sus derechos.

**¿Cree que la información que generan las asociaciones de consumidores tiene ahora la misma repercusión en el ciudadano que tenía hasta el cierre de Canal 9?**

Obviamente la repercusión no puede ser la misma. Lo que hemos notado es que los temas se tratan con muchísima menos profundidad y de una manera mucho más superficial. Obviamente los tiempos no son los mismos, en cuanto a que antes teníamos cualquier tipo de noticia y podíamos estar perfectamente siete u ocho minutos en un informativo, bien

tratado, en profundidad y aquí estamos hablando de segundos y en algunos casos de una manera tan rápida que casi no da tiempo de ver de qué se está hablando.

Antes para nosotros era habitual escuchar «oiga es que he oído en Canal 9 que están llevando el tema tal, mire es que he oído en Canal 9 que...» y sí notabas que realmente había una respuesta importante en cuanto a las apariciones en ese medio televisivo. Ahora mismo no nos llega nadie que nos diga « mire, he visto que en la *tele* dicen esto o lo otro», no.

**En cuanto al uso del idioma, ¿cree que el hecho de emitir los informativos en valenciano hacía la información más próxima a los consumidores?**

Yo creo que los consumidores, cuando hablan de sus derechos, lo que quieren es que se hable de sus derechos y que se hable de los problemas y de las soluciones a sus problemas, independientemente de que se haga en valenciano o en castellano, con lo cual, creo que no se ha notado tanto desde ese punto de vista.

**Y más allá del ámbito concreto del consumo, ¿qué percepción tiene como ciudadano de la información de proximidad que le ha ofrecido la televisión pública tras el cierre de la cadena autonómica?**

Creo que en general la situación es similar en todos los ámbitos. Pero es verdad que a mí por ejemplo me interesaba mucho cierto tipo de temas como los relacionados con la agricultura, donde las diferentes organizaciones, AVA, la Unió, tenían mucha presencia y oíamos todas las problemáticas que tenían nuestros productos y nuestros agricultores. Y eso con diferentes tipos de colectivos del ámbito autonómico. No se puede pasar de tener una televisión que ofrecía 24 horas al día temas de interés de ámbito local, regional o autonómico, a no contar con ello. Ahora obviamente el número de horas que nos ofrecen es muy limitado y la presencia de esas problemáticas locales muchísimo más reducida, yo creo que en todos los ámbitos. Pero sobre todo, en cuanto a las posibilidades de exponer el trabajo o las denuncias de algunos colectivos, a mí me parece que se ha reducido de manera muy importante.

**En el contexto de una realidad globalizada ¿cree que hoy en día sigue siendo necesaria la información de proximidad?**

Creo que todos sabemos lo que dice Obama hoy o mañana, o lo que pasa en Australia. Pero pregunte a cualquier persona y lo que le preocupa es lo que pasa a diez metros de su casa. En mi opinión, cuanto más globalizado está el mundo y las relaciones, más interés y exigencia tenemos de lo próximo. Y eso se está demostrando ahora, es cuando más se está defendiendo los productos locales o de proximidad. Porqué, porque obviamente en un mundo globalizado nos gusta saber lo que está pasando en Argentina, lo que está pasando en Rusia, lo que está pasando en cualquier parte del mundo, pero al final tendemos a buscar qué está pasando aquí. Cuál es el presente y el futuro de nuestra Comunidad en todos sus ámbitos, desde el punto de vista de la climatología, desde el punto de vista del estado de las carreteras, desde el punto de vista de la situación de nuestras ciudades. Yo creo que además es claro. Nosotros mismos teníamos una revista de ámbito nacional, con una limitada presencia de temas autonómicos. Y la tuvimos que cambiar radicalmente. Ahora tenemos una revista de ámbito autonómico con alguna presencia de temas de ámbito nacional. Mi impresión es que los ciudadanos tienen claro que lo local debe formar parte de su día a día también en los medios de comunicación.

**Más allá de la información puntual ¿qué han aportado los informativos de Canal 9 a la sociedad valenciana?**

Creo que aportaban muchas cosas interesantes. Potenciaban deportes valencianos o tradiciones valencianas, o nuestras fiestas, nuestra gastronomía, nuestras características como sociedad. Por supuesto que aportaban. Nosotros seguimos defendiendo que tiene que haber una televisión que haga el papel que hacía en su momento Canal 9. Creo que es una necesidad y espero que, en breve, tengamos aquello que se nos quitó hace ya unos cuantos meses. En estos 14 o 15 meses que llevamos sin Canal 9 echamos de menos la cantidad de información que nos aportaba. Posiblemente el Canal 9 que se llegó a construir no era el más eficiente pero todo es mejorable. Creo que estamos obligados a hacer una televisión nuestra, que se preocupe por los problemas de los valencianos.

**¿Ha habido en estos meses alguna situación concreta en que AVACU, o los derechos de los consumidores hayan necesitado de un medio público autonómico y no haya podido cubrir esa necesidad?**

Todas las semanas. Tenga en cuenta que todas las notas de prensa que emitimos son para los valencianos. Antes, cuando emitíamos una de estas notas Canal 9 estaba aquí en seguida y al cabo de un rato la información estaba en los hogares valencianos. Eso ahora no lo tenemos. Antes convocábamos ruedas de prensa de manera habitual todos los meses. Ahora no hacemos más de dos o tres al año. A pesar de que es verdad que en la radio y la prensa seguimos teniendo presencia, en la televisión creo que este año hemos tenido aquí más veces a Antena 3, por ejemplo, que a Televisión Española. ¿Por qué...? supongo que Aitana tiene muy poco tiempo de emisión. La verdad es que sí hemos notado mucho la ausencia de Canal 9, porque nosotros teníamos presencia más allá de los informativos. En los informativos salíamos todas las semanas pero además íbamos a *Bon día Comunitat Valenciana*, íbamos a los programas de 24 horas, al de Sociedad, al de Internacional, con temas de lo más variado. Está claro que la labor que hacía Canal 9, desde el punto de vista de la Asociación de Consumidores, ahora mismo no la está facilitando nadie.



## 8. JORGE TAMAYO

*Jorge Tamayo es delegado de la Agencia Estatal de Meteorología en la Comunidad Valenciana. La entrevista se realiza en la sede de AEMET en Valencia el 19 de enero de 2015.*

**«La mayor demanda de información y entrevistas por parte de la Televisión Valenciana hizo que aumentara considerablemente la presencia de la AEMET»**

**Este estudio pretende comprobar qué repercusiones ha tenido para la información de proximidad el cierre de Canal 9. En ese sentido, ¿qué nivel de presencia tenía la información meteorológica en los informativos de la televisión autonómica?**

Canal 9 tenía la ventaja de que su entorno de difusión era el entorno de actuación del AEMET, de tal modo que cuando la situación era singular, casi siempre había entrevistas o había posibilidades de difundir nuestra información. Era Canal 9 quien normalmente venía a hacer las entrevistas, porque luego la información rutinaria la cubría su propio equipo de meteorólogos. Pero en situaciones significativas, acudía siempre a nosotros, tanto para difundir los datos de lo que había pasado, como para preguntar qué podía ocurrir o, incluso para explicar cómo se había dado una determinada situación. Era un medio muy potente, funcionaba muy bien en ese aspecto.

**¿Qué importancia tenía que los informativos de Canal 9 se hicieran eco de la información que genera la AEMET y, en general, la meteorología (como información de retorno)?**

La información de retorno era algo más que anecdótica, era más bien de confirmación de lo que había ocurrido. Nosotros tenemos nuestros propios sistemas de observación pero como elemento que te sirve para ver lo que ha pasado, las imágenes de Canal 9 nos eran muy útiles y sabíamos que podíamos recurrir a Canal 9 para verlas. Podía ser algo parecido a lo que es *youtube* hoy en día. Eran un instrumento de confirmación pero además era información que tenías sistematizada. Sabías que podías ir a Canal 9 y tenías esas imágenes. Ahora tendrías que ir mirando muchas pequeñas televisiones, cosa que

obviamente no haces. Ya le digo, nos servía más para confirmar que para utilizar operativamente. Por ejemplo, recuerdo aquella imagen espectacular de 2007, cuando se cayó el puente de Beniarbeig. Aportaba sobre todo la posibilidad de verlo. Aunque sepas qué ha pasado, a nosotros nos confirmaba información. Y además creo que para el público en general eso se notaba. Cuando había una situación complicada se seguía mucho más «el tiempo» porque mostraban imágenes, y además imágenes grabadas en sitios que no estaban a cinco minutos de Valencia, sino muy alejadas de la capital. ¿Quién sabía dónde estaba Beniarbeig, el río Girona, o la rambla Gallinera? Yo creo que en general la gente ni sabía hasta entonces que existían estos ríos.

### **¿La llegada de Canal 9 cambió el nivel de visibilidad de la AEMET?**

La llegada de Canal 9 se notó sobre todo en nuestra repercusión pública. La mayor demanda de información y entrevistas por parte de la Televisión Valenciana hizo que aumentara considerablemente la presencia de la AEMET.

### **Tras el cierre de la cadena autonómica ¿cómo describiría la información que ha ofrecido la televisión pública sobre meteorología?**

Desde que Canal 9 no está, Aitana viene más, eso se ha notado, pero evidentemente no tanto como venía Canal 9. En Canal 9 por ejemplo era habitual que cada vez que teníamos un resumen climático del mes, viniera, se hiciera la entrevista y se analizara como había sido ese mes. En Televisión Española, menos. En Televisión Española tienen que ser situaciones muy significativas para que vengan. También el informativo dura mucho menos. Sobre todo con el canal de Noticias 24 horas de TVV la información era constante. Era un canal de noticias de la Comunidad Valenciana y evidentemente una fuente típica de información es el tiempo. Cualquier cosa que pasara relacionada con el tiempo tenía rápidamente reflejo en Canal 9. Ahora no. En Aitana es muy difícil que tenga la misma importancia. Hemos vuelto a la situación que teníamos antes de que existiera Canal 9. Cuando una situación es significativamente importante, por lo que sea, porque ha llovido mucho, o porque hace mucho frío, por lo que sea, entonces viene televisión, pero tiene que ser algo relevante, si no, no.



**¿Cree que la información que genera la meteorología tiene ahora la misma repercusión en el ciudadano que tenía hasta el cierre de Canal 9?**

Siempre habrá algo menos. Nosotros difundimos de dos maneras, por medios propios y ajenos. Por medios propios evidentemente la repercusión es la misma, la web va mejorando, las radios lo emiten. Pero en televisión evidentemente ha bajado. Aparece menos la información. No la rutinaria, porque esa la aportaban ellos, pero la no tan significativa, como los balances meteorológicos mensuales, esa ha desaparecido. En prensa escrita cualquier noticia que generemos aquí sigue saliendo igual. Pero antes, además, cuando la sección de climatología mandaba un correo informativo sobre algún hecho significativo, por ejemplo se ha llegado a la temperatura más alta registrada en los últimos 50 años, esa noticia llegaba a Canal 9 e inmediatamente se emitía, o bien una entrevista o bien un reportaje, de un modo u otro esa noticia salía.

**En su opinión, ¿ofrecer la información meteorológica en valenciano la hacía más próxima al ciudadano de la Comunidad?**

Nosotros la información la damos en castellano. Pero sí creo que hay mucha gente que prefiere que esa información se la den en su idioma natal, obviamente. Y además, no fue lo único importante. Como tiene términos muy singulares, la meteorología exigió una labor bastante importante de poner en valor palabras que hasta ese momento se usaban poco, incluso palabras como «oratge», por ejemplo, que se usa aquí pero no se usa en Cataluña. Fue una forma de popularizar esos términos. El valencianoparlante empezó a escuchar vocablos que hasta ese momento no conocía o no usaba tanto. Los nombres de los vientos, por ejemplo, el «xaloc», el «llebeig», el «gregal», comenzaron a popularizarse. Esa labor se hizo en Canal 9 y se hizo muy bien.

**Y desde el punto de vista de la información en general, ¿qué percepción tiene como ciudadano de la información de proximidad que le ha ofrecido la televisión pública tras el cierre de la cadena autonómica?**

Yo creo que se ha perdido mucho. Influyen muchos aspectos: el lugar donde vivas, que se reciban o no se reciban emisoras locales. Canal 9 llegaba muy bien a todas partes. Y ahora mismo no sé si hay alguna emisora que llegue a toda la Comunidad. Yo lo que más veía de Canal 9 era la cadena de Noticias 24 horas, era muy cómodo. A cualquier hora podías ver las noticias y además, entre ver una cadena de ámbito nacional o ver una

cadena de ámbito autonómico, yo casi prefería la autonómica. Me permitía ver las noticias de mi entorno más próximo y además te daba las noticias de un entorno más amplio. Claro, eso evidentemente ha bajado muchísimo.

**En el contexto de una realidad globalizada ¿cree que hoy en día sigue siendo necesaria la información de proximidad?**

La información de proximidad es muy importante. Con el cierre de Canal 9, en eso se ha perdido mucho. Y en concreto, la información del tiempo es de las más vistas y seguidas. Hoy por ejemplo habría sido un día típico de ver qué ha pasado. Si ha nevado, dónde ha nevado, ver imágenes. Nosotros nos enteraremos igual pero, en general, a la gente le va a costar más verlo. Te puedes ir a una cadena nacional y en la nacional te pondrán las nevadas que ha habido en León, por ejemplo, pero ver qué ha pasado en la Comunidad es muy difícil. Y en Aitana lo tienes que ver en una franja horaria muy concreta y en muy poco tiempo. Además no tienen capacidad para cubrir de verdad todo el territorio, y aunque tuvieran, el tiempo de emisión de que disponen es tan reducido que no sirve.

**Más allá de la información puntual ¿qué han aportado los informativos de Canal 9 para la sociedad valenciana?**

Yo creo que nos han ido descubriendo la Comunidad. Nos han servido para ir conociendo las diferentes comarcas. Eso hasta que llegó Canal 9 no era posible. Creo que, como vertebrar cualquier televisión, Televisión Española te puede vertebrar el ámbito nacional y Canal 9 lo hizo con el autonómico y eso incluye desde los equipos de fútbol hasta conocer realmente lo que ha sido la Comunidad.

## 9. JOSÉ RAMÓN ESPUIG

*José Ramón Espuig es Maestro Mayor del Gremio de Artistas Falleros de Valencia desde 2013 y presidente de la Federación de Gremios de Artistas de la Comunidad Valenciana. Es artista fallero desde 1970. La entrevista se realiza en el taller del artista, en la Ciudad Fallera, el 23 de enero de 2015.*

**«Ha sido un tiempo en la sombra. Desde que se cerró Canal 9, prácticamente no se ha visto nada en la televisión hasta que no han estado las fallas plantadas en la calle»**

### **¿Cuántos artistas falleros forman parte de su institución?**

La nuestra es una federación de gremios que agrupa no sólo a los artistas de Valencia sino también a los de Burriana y Alicante. En Valencia la Federación engloba a 210 artistas agremiados, en Burriana son 55 y en Alicante, 35. La media de trabajadores está entre tres y cinco por taller. Es, en definitiva, un sector que tiene mucha importancia, no sólo porque hay un buen número de familias que viven de las Fallas sino porque es un sector muy específico de la Comunidad Valenciana.

**Este estudio pretende comprobar qué repercusiones ha tenido para la información de proximidad el cierre de Canal 9. En ese sentido, ¿qué nivel de presencia tenía su sector en los informativos de la televisión autonómica?**

Canal 9 exteriorizaba mucho, difundía mucho el concepto de las fallas. Hasta el momento en que comenzó a emitir Televisión Valenciana venían turistas de fuera y desconocían completamente lo que era una falla. Pensaban que era un montón de cajas de cartón a las que se prendía fuego y punto. Canal 9 ha difundido por toda España nuestro trabajo, que creo que es muy interesante y productivo. Aquí se hacen parques temáticos. Prácticamente todo Terra Mítica ha salido de aquí, y los parques de Disney en Orlando y en París. De aquí han salido muchísimas cosas y creo que una buena difusión es lo más importante para que nos conozcan por todo el mundo.

Incluso antes del mes de enero Canal 9 comenzaba a hacerse eco de nuestro trabajo, no sólo aquí en Valencia sino también en Burriana y Alicante. Y además no se quedaban tan

sólo en las fallas de especial, sino que dejaban constancia del trabajo de todo el sector, fallas más baratas, más humildes, también. Casi todos los días tocaban el tema de las fallas. Hoy en día prácticamente ha desaparecido todo. Ninguna televisión se acuerda de nosotros hasta que las fallas están plantadas en la calle.

**¿Qué importancia tenía que los informativos de Canal 9 se hicieran eco de su trabajo (como información de retorno)?**

Que Canal 9 hablara de nuestro trabajo era importante, la verdad que sí. Aquí normalmente conoces el trabajo que están haciendo los compañeros de los talleres vecinos pero es imposible saber lo que se está haciendo en Burriana o Alicante. Estábamos un poco despistados. Ese trabajo lo mostraba Canal 9 y nos permitía ver qué podía ser atractivo o interesante de lo que se estaba haciendo en otros lugares. Y además a nivel nacional se ha conocido mucho más, ha hecho aumentar el turismo. Desde que Canal 9 se puso en marcha aumentó muchísimo el turismo, no sólo nacional, sino también extranjero. A primeros de marzo ya había por aquí turistas españoles y extranjeros visitando los talleres para ver cómo se hacían las fallas. Buena parte de la responsabilidad de eso recae en Canal 9 que hizo mucho para dar a conocer nuestro trabajo. Incluso, de alguna manera servía de motivación para todas las comisiones. Se establecía una cierta competencia entre fallas, que veían como era la falla vecina y se esforzaban por que la suya fuera mejor. Aparte, Televisión Valenciana otorgaba un premio para la mejor escena de Canal 9 que generaba competencia entre los artistas. Generaba ambiente y repercusión económica por el premio.

**Tras el cierre de la cadena autonómica ¿cómo describiría la información que ha ofrecido la televisión pública sobre el trabajo de los artistas falleros?**

Ha sido un tiempo en la sombra. Desde que se cerró Canal 9, prácticamente no se ha visto nada en la televisión hasta que no han estado las fallas plantadas en la calle. Ha sido un *in pass*.

**¿Cree que la información que genera el gremio tiene ahora la misma repercusión en el ciudadano que tenía hasta el cierre de Canal 9?**

No, en absoluto. Indudablemente no tiene ni de lejos la misma repercusión. Hemos quedado todos en la sombra. Cuando el día 7 de febrero se comiencen a sacar los ninots a

la calle para la Exposición del Ninot, saldrá en alguna televisión local de las que después prácticamente nadie sintoniza en casa. Pero poco más. A nivel nacional, las cadenas generalistas no sacaran, si sale, más de treinta segundos en Tele 5 o en Antena 3, y eso si lo sacan. La diferencia de cobertura entre antes y ahora es muy grande, como el cielo y la tierra.

**En su opinión, ¿ofrecer la información sobre el gremio de artistas en valenciano la hacía más próxima al ciudadano de la Comunidad?**

Es muy importante que sea en valenciano porque ahora el valenciano ya no se oye en ninguna televisión. Canal 9 nos servía de escuela porque todos hablamos el valenciano incorrecto de la calle y ejercía una función didáctica básica.

**Y desde el punto de vista de la información en general, ¿qué percepción tiene como ciudadano de la información de proximidad que le ha ofrecido la televisión pública tras el cierre de la cadena autonómica?**

Pienso que en general se da la misma situación que en el ámbito concreto de las Fallas. La información de la Comunidad es prácticamente nula. La Comunidad sólo aparece por problemas de corrupción o sucesos. No se habla de Fallas ni de economía ni de deportes, de nada. Antes tenías las noticias de Canal 9 que te permitían enterarte de lo que pasaba aquí al lado, en Benifaió o en Alzira, te enterabas de casi todo. Y pienso, francamente que es lo que más nos interesa a nosotros. La proximidad ha quedado casi eliminada. No creo que supere el 10 por ciento de la información. Yo me he informado a través de la radio, fundamentalmente. A través de la televisión muy poco.

**En el contexto de una realidad globalizada ¿cree que hoy en día sigue siendo necesaria la información de proximidad?**

Sí. Es muy necesaria. Parece imprescindible enterarse de lo que ocurre en casa. Lo que le pasa al vecino es importante pero mucho menos. Lo prioritario es saber lo que pasa en casa.

**Más allá de la información puntual, ¿qué han aportado los informativos de Canal 9 a la sociedad valenciana?**

Han sido muy positivos. Pese a las críticas de la gente, creo que ha sido muy positivo. En el ámbito autonómico fue fundamental para conocer lo que pasaba en la Comunidad. Ahora te enteras más de lo que pasa en Madrid que de lo que ocurre aquí. En el ámbito del fútbol por ejemplo, le dedican media hora al Real Madrid y al Valencia apenas 30 segundos. Es un cúmulo de cosas, la verdad. Lo echo mucho de menos.

**A la hora de plantear unos presupuestos, cualquier gobierno ha de tener en cuenta algunas partidas como esenciales (sanidad, educación, pensiones). En ese contexto ¿una televisión autonómica debería ser tenida por un lujo?**

Yo creo que es una necesidad. Con una economía normal se puede llevar todo adelante. Lo que no se puede hacer es despilfarrar como parece que se ha despilfarrado pero en condiciones normales se puede y se debe.

## 10. MANUEL CASTILLA

*Manuel Castilla ejerce como portavoz de la Policía Nacional en la Comunidad Valenciana. Es inspector jefe del Cuerpo Nacional de Policía y jefe de relaciones públicas, prensa y protocolo del Jefe Superior de la Comunidad. La entrevista se realiza en la Jefatura Superior de Policía de Valencia el 18 de febrero de 2015.*

**«En este momento la Policía Nacional ha perdido repercusión en la sociedad valenciana porque casi no se transmite la labor que realizamos»**

**Este estudio pretende comprobar qué repercusiones ha tenido para la información de proximidad el cierre de Canal 9. En ese sentido, ¿Qué nivel de presencia tenía la Policía Nacional, y en general el ámbito de la seguridad en los informativos de la televisión autonómica?**

Para la Policía Nacional la información que emitía Canal 9 era muy importante. Sobre todo, porque transmitía la labor que desde la policía se estaba realizando y fundamentalmente lo que estaba ocurriendo en la Comunidad Valenciana. Teníamos bastante presencia. En general, se daba mucha cobertura a nuestro trabajo. Y no podemos olvidar que sucesos es un área importante. A todo el mundo la gusta estar informado y Canal 9 daba muchas noticias policiales.

**¿Qué importancia tenía que los informativos de Canal 9 se hicieran eco del trabajo de la Policía (como información de retorno)?**

Era especialmente relevante en el tema de la seguridad subjetiva. La gente estaba más tranquila cuando veía determinadas informaciones sobre operaciones en que se había detenido a determinadas personas, que se habían resuelto delitos o situaciones de peligro. Para los cuerpos y fuerzas de seguridad cualquier medio de comunicación que da cobertura a noticias policiales transmite que la policía está trabajando y en cierta forma genera seguridad subjetiva. El ciudadano observa en la televisión que la policía está trabajando, resolviendo, significa por tanto que podemos estar más tranquilos. Transmiten seguridad.

Era importante la cobertura para operaciones donde exponíamos efectos intervenidos. Esos efectos a lo mejor son de diferentes robos cometidos en localidades distintas y en ocasiones, o bien el denunciante no lo ha hecho constar en la denuncia o bien le faltan determinados detalles, o no ha denunciado o incluso no se ha dado cuenta de que le han sustraído. Cuando esos efectos aparecían en televisión, muchos espectadores que veían la información reconocían las imágenes y venían rápidamente a decir que esos efectos eran suyos. Veíamos de manera inmediata que gracias a Canal 9, que emitía las imágenes se había permitido que el propietario reconociera los efectos como suyos. El ciudadano acudía para recuperar dichos efectos y nosotros podíamos imputar ese delito al detenido.

**Tras el cierre de la cadena autonómica ¿cómo describiría la información que ha ofrecido la televisión pública sobre su institución?**

Yo creo que en general la cobertura ha sido muy baja, excesivamente baja. Las cadenas pequeñas que hay tienen muy poca audiencia. Y todo el mundo va a parar a las grandes cadenas nacionales. Una cadena como Canal 9 era un concepto intermedio entre una grande y una pequeña y abarcaba ese público mucho más amplio. Las cadenas pequeñas desgraciadamente no tienen las audiencias que querían tener y por tanto, en definitiva, la transmisión de información ha sido muy baja, muy baja. Creo que ha sido insuficiente. Creo que ha habido muchas cosas que se han perdido, que no se han transmitido y el ciudadano no ha tenido conocimiento. Es cierto que las redes sociales contribuyen de alguna manera a paliar esto. Pero las redes igual que contribuyen de manera positiva contribuyen de manera negativa para difundir una serie de bulos. Y además en las redes sociales el perfil de edades no es completo, la gente mayor aún no accede.

Televisión Española no tiene espacio para dar cobertura a todas las noticias, se ocupa de las más importantes, las más destacadas. De ese modo las menos relevantes se quedan en el olvido y no transmiten lo que está pasando en la Comunidad. En esa criba caen muchos temas que para la Comunidad son importantes y a la gente le interesa qué pasa en su entorno.

**¿Cree que la información que genera la policía tiene ahora la misma repercusión en el ciudadano que tenía hasta el cierre de Canal 9?**

En este momento la Policía Nacional ha perdido repercusión en la sociedad valenciana porque casi no se transmite la labor que realizamos.



**En su opinión, ¿ofrecer la información que genera la policía en valenciano la hacía más próxima al ciudadano de la Comunidad?**

El uso del idioma es indiferente. Lo que importa es la envergadura que tenga la noticia. Si la noticia es importante da igual que sea en valenciano o sea en castellano. Aunque evidentemente es importante no perder el uso del valenciano.

**Y desde el punto de vista de la información en general, ¿qué percepción tiene como ciudadano de la información de proximidad que le ha ofrecido la televisión pública tras el cierre de la cadena autonómica?**

En estos momentos los medios que suplen son la prensa escrita y las radios pero se ha perdido mucha información. En el área de los deportes se ve claramente. Valencia o Levante, y mucho más Villarreal y Elche no aparecen para nada. Las cadenas nacionales bombardean con determinados equipos, sobre todo el Real Madrid, mientras el resto no entra. El informativo territorial de TVE se sigue emitiendo pero se hace a unas horas muy raras y además la gente no tiene costumbre de verlo. Los ciudadanos buscaban el informativo de Canal 9 para informarse de lo que pasa en la Comunidad porque era eso lo que querían, iban a buscarlo porque era lo que querían ver. La gente no va a buscar la desconexión de Televisión Española. Pueden buscar el informativo nacional pero no la desconexión. Y además evidentemente no se puede comparar, por una cuestión de medios, lo que hacía Canal 9 con lo que hace Aitana. Como fuentes, nosotros en ocasiones llamamos para ofrecer informaciones y la respuesta en muchos casos es que no tienen cámaras. A lo mejor tienen dos cámaras y con eso han de cubrir toda la Comunidad. Con los medios con que cuentan no llegan. Con dos cámaras no pueden hacer frente a una comunidad desde Castellón hasta Alicante.

**En el contexto de una realidad globalizada ¿cree que hoy en día sigue siendo necesaria la información de proximidad?**

Lo bueno que tiene la globalización es que te permite conocer las noticias importantes de cualquier punto del mundo. Pero lo que a cualquier persona le interesa es lo que ocurre cerca. Si ha habido un accidente de tren en cualquier sitio con muchos muertos, a la gente le preocupa pero en general lo que más le interesa es lo más próximo, lo que está pasando cerca, lo cotidiano. La proximidad es importante. De hecho la policía suele trabajar con gente que participa en colegios, trabaja con asociaciones de vecinos, de comerciantes,

estamos permanentemente en contacto para que la comunicación sea bidireccional. Hay una relación de proximidad permanente. Y de igual modo que eso funciona así en la sociedad, también le ocurre al ciudadano que quiere estar informado de lo que pasa en su entorno.

**A la hora de plantear unos presupuestos, cualquier gobierno ha de tener en cuenta partidas que son esenciales (sanidad, educación, pensiones) ¿Plantearse una televisión autonómica puede ser tenido como un lujo?**

Hay que priorizar el ámbito de los servicios. Hay que marcar las prioridades. No obstante creo que la información es un derecho que tiene cualquier ciudadano. Así lo recoge la Constitución y por tanto hay que poner los medios para que los ciudadanos estén informados.

## 11. PERE BORREGO

*Pere Borrego es presidente de la Asociación Cultural Fallera Na Jordana (Falla Na Jordana) desde el año 2000. La entrevista se realiza en la sede de la falla el 27 de enero de 2015.*

**«La información de fallas que daban las demás televisiones giraba alrededor de las coberturas que hacía Televisión Valenciana»**

**Este estudio pretende comprobar qué repercusiones ha tenido para la información de proximidad el cierre de Canal 9. En ese sentido, ¿cómo valora la cobertura que Canal 9 ofrecía sobre las Fallas?**

Yo la considero extraordinaria, desde el primer momento en que surgía la información. Se cubrían desde los primeros trabajos que se hacían en la Ciudad Fallera, en los talleres, hasta la noche del 19 en que se quemaban. La cobertura del mundo fallero era extraordinaria e importantísima. Incluso, se cubrían todas las actividades culturales que organizaba cada comisión y eso era importantísimo. En concreto con Na Jordana colaboró muchísimo, dando difusión a todas las iniciativas culturales, como la lectura del *Tirant de Llettra*, que se hace desde 2001 por ejemplo, o el teatro, o las iniciativas en Navidad de abrir las puertas al espectador para que viera la exposición de belenes emblemáticos de estilo innovador.

**¿Qué importancia tenía que los informativos de Canal 9 se hicieran eco de las actividades vinculadas con el mundo fallero (como información de retorno)?**

Yo creo que era muy importante porque desde principios de marzo permitía que los espectadores que no vivían en la ciudad estuvieran informados para poder venir y participar en todos los eventos que se generaban. De hecho, Televisión Valenciana colaboró muchísimo con la Federación de Fallas de Sección Especial, dando cobertura a la información de todas las fallas que estaban adheridas. Canal 9 ejercía de tirón para el resto de cadenas generalistas. La información de fallas que daban las demás televisiones giraba alrededor de las coberturas que hacía Televisión Valenciana.

**Tras el cierre de la cadena autonómica ¿cómo describiría la información que ha ofrecido la televisión pública sobre la fiesta de las Fallas?**

Creo que la información que hemos recibido desde 2014 ha sido ínfima. Hay noticias por parte de Aitana pero sobre Fallas es muy escaso lo que se dice. La duración de su informativo y sus medios no permiten que dé más información. Sí hay cadenas locales que emiten programas de Fallas, pero son programas semanales. Canal 7 tiene *Vive las Fallas*, Levante TV con *Tot es festa* y Mediterráneo, *Anem de festa*. Pero no hay nada diario. El ciudadano interesado ha de recurrir a internet o a la prensa escrita, Levante o Provincias. Pero de nuevo hablamos tan sólo del ámbito local.

Se echa mucho de menos Canal 9. Había una colaboración mutua y cuando ofrecíamos una información que nos parecía importante eras atendido inmediatamente. Ahora, propones teatro y te dicen que tienen mucho teatro. Cuesta mucho. La infraestructura con que cuentan las cadenas generalistas o las locales no es la misma que tenía Canal 9. Y cuando propones temas te contestan que con las cámaras que tienen no pueden dar cobertura a todos. Para que te hagan una entrevista has de desplazarte al medio o te la hacen por teléfono. Y además no abarcan todo el territorio de la Comunidad Valenciana.

**¿Cree que la información que genera el mundo de las Fallas tiene ahora la misma repercusión en el ciudadano que tenía hasta el cierre de Canal 9?**

Ahora la repercusión es mínima. Está claro que hemos notado mucho la falta de ese medio. El número de apariciones en televisión ha bajado exponencialmente, desde luego. Cuando organizamos algo tratamos de que la gente siga enterándose pero ahora es mucho más difícil.

**En su opinión, ¿ofrecer la información fallera en valenciano la hacía más próxima al ciudadano de la Comunidad?**

En realidad a la gente le es indiferente que la información se dé en castellano o valenciano. Pero es imprescindible que nuestro idioma no se pierda y Canal 9 era el eje fundamental para poder difundirlo.

**Y desde el punto de vista de la información en general, ¿qué percepción tiene como ciudadano de la información de proximidad que ha ofrecido la televisión pública tras el cierre de la cadena autonómica?**

Hemos perdido mucho. Ha habido que informarse de las noticias por internet o comprar la prensa porque Aitana no ofrece mucha información. Antes cuando llegabas a casa tenías las noticias que te ofrecía Canal 9. Esa información ahora no la ofrecen ni las privadas ni la pública. Las noticias del ámbito Comunidad Valenciana se han perdido completamente. Sólo conocemos el ámbito nacional y el internacional pero lo local, lo más cercano ya no.

**En el contexto de una realidad globalizada ¿cree que hoy en día sigue siendo necesaria la información de proximidad?**

Continua teniendo importancia pero no la recibimos como deberíamos. El día a día se ha perdido. Se ha perdido la información más cercana.

**Para terminar, a la hora de plantear unos presupuestos, cualquier gobierno ha de tener en cuenta algunas partidas como esenciales (sanidad, educación, pensiones). En ese contexto ¿una televisión autonómica debería ser tenida por un lujo?**

Una televisión pública no tiene porqué ser un lujo. Es un servicio como cualquier otro, necesario para la sociedad.



## 12. VICENTE PIZCUETA

*Vicente Pizcueta ha sido portavoz de la Federación Valenciana de Hostelería hasta 2015. Además preside la ONG Controla Club (entidad sin ánimo de lucro dedicada a luchar contra el abuso de las drogas) desde su fundación en 1998. En 2007 recibió el premio Reina Sofía a la labor social en la lucha contra las drogas. La entrevista se realiza en la sede de la ONG Controla Club el 8 de mayo de 2015.*

**«Sectores como el turístico son de los que resultan más perjudicados porque antes había una movilización social en torno al turismo y ahora ese trabajo no lo está haciendo ningún medio»**

**Este estudio pretende comprobar qué repercusiones ha tenido para la información de proximidad el cierre de Canal 9. En ese sentido, ¿qué nivel de presencia tenía el sector del ocio, la hostelería y el turismo en los informativos de la televisión autonómica?**

La Federación de Hostelería ha sido una importante fuente de información tanto de propuestas de dinamización como de imagen de marca, como también de crítica a la administración en los temas de gestión del turismo. Con Canal 9 creo que se podría hablar de una presencia al menos quincenal en televisión. La cobertura era valiosa porque aportaba notoriedad sobre el sector y la asociación empresarial. Pero sí es verdad que la información sobre turismo que aparecía en Canal 9 era demasiado triunfalista y eso también ha tenido algún efecto negativo. Un ejemplo: Cuando en Fallas Canal 9 afirmaba que había plena ocupación, eso provocaba que la gente no viniera. En resumen, por un lado en términos de notoriedad era valioso, en términos de interés estratégico para el sector, negativo.

**¿Qué importancia tenía para el sector de la hostelería y el turismo que los informativos de Canal 9 se hicieran eco de sus actividades y de la marcha del sector (como información de retorno)?**

A la Federación de hostelería le daba una potencia como agente social de primera magnitud de cara a la negociación con la administración. Pero frecuentemente, como ya he dicho, había problemas en el sentido de cómo esa información podía repercutir negativamente en el gran público porque las noticias se planteaban siempre en términos demasiado optimistas.

**Tras el cierre de la cadena autonómica ¿cómo describiría la información que ha ofrecido la televisión pública sobre ocio y turismo?**

Ha sido muy escasa. Y sobre todo sin trascendencia. La desconexión de Televisión Española es voluntarista pero no deja de ser anecdótica, porque no hay medios. No es en absoluto representativa de lo que está ocurriendo. Se da alguna información pero no se informa de una manera sistemática y que tenga trayectoria, ni desde la pública, ni desde las privadas. Algunas locales tratan de cubrir el hueco de Canal 9 pero está por ver que lo logren. Y desde luego, en 2014, no se ha hecho. La información de proximidad ha sido básicamente insuficiente. Claramente estamos en una situación complicada.

**¿Cree que la información que genera el sector turístico y del ocio tiene ahora la misma repercusión en el ciudadano que tenía hasta el cierre de Canal 9?**

No. También es verdad que esto no es un problema exclusivamente del cierre de Canal 9. Se está politizando mucho la información. En términos de sociedad civil hay menos. Está entre el espectáculo, las noticias de sociedad, sucesos y las noticias estrictamente políticas. Sectores como el turístico son de los que resultan más perjudicados porque antes había una movilización social en torno al turismo y ahora ese trabajo no lo está haciendo ningún medio. Es una cuestión de percepción. Si el conjunto de la sociedad ve la importancia socioeconómica que tiene un sector, lo respalda. Ya he dicho que no toda la información era útil, porque alguna hasta provocaba enfrentamientos. Pero en términos generales la situación anterior era mucho más positiva que la actual.



**En su opinión, ¿ofrecer la información turística en valenciano la hacía más próxima al ciudadano de la Comunidad?**

En el sector turístico, precisamente, las lenguas autóctonas no son especialmente importantes. A nivel de consumo interno, sí. El valenciano es el idioma vehicular pero para el turismo no es especialmente relevante. Creo que para cualquier otro sector este aspecto es mucho más importante.

**Es usted presidente del Controla Club, entidad que lucha desde hace años contra el abuso en el consumo de drogas. ¿Cuál era la visibilidad que este ámbito informativo tenía en los informativos de Canal 9?**

En el caso del Controla Club, en cuanto a la calidad de la información, sí podemos decir que ha tenido un alto grado de idoneidad. Por un lado, gracias a un convenio de colaboración sobre el tema de márketing social, se emitían las campañas de prevención de las drogodependencias, no sólo las del Controla Club sino las de las causas sociales más importantes. Y en este sentido, sí he de decir, como premio Reina Sofía a la labor social en la lucha contra las drogas, que los *spots* que desde finales de los 90 emitía la televisión pública valenciana, están muy por encima de las que se han emitido en el canal estatal. Ese ya era un canal del que nos beneficiábamos todos los valencianos. Cuando se trata de asuntos de interés social, como es el de las drogas, si tú ofreces información de calidad el periodista la utiliza. En ese sentido, nosotros sí hemos sido fuente de información. Hasta en los momentos más complejos, de las *raves* de Nochevieja y fenómenos concretos en verano, hemos podido aportar una información rigurosa sobre el tema de drogodependencias. Como no había una utilidad política que aprovechar y son ámbitos en los que no hay un mensaje oficial, al Controla Club se le ha dejado hacer cosas en la Comunidad Valenciana. Y hay que decir que en el ámbito de la información sobre drogodependencias, en la Comunidad Valenciana hemos estado muy por encima de la información que se ha dado en el resto del estado español, y yo trabajé el tema de las drogodependencias en todo el estado español. Nosotros siempre nos hemos entendido directamente con Canal 9 y recuerdo momentos de mucha información. Desde reportajes en programas de labor social hasta informativos, se acudía a nosotros y nosotros podíamos lanzar un mensaje.

**¿Y cómo describiría esa visibilidad tras el cierre de la cadena pública autonómica?**

Ahora mismo, los recortes en el estado del bienestar han sido de tal magnitud que nosotros estamos trabajando con un 15 por ciento de lo que hemos trabajado años atrás. Eso por un lado, y por otro lado no tener Canal 9 hace que el grado de alcance de nuestras actividades haya caído en picado. Mientras hace cinco años había una generación que te cantaba la canción de *Si te pasas te lo pierdes* por la calle, ahora hemos tenido que priorizar los esfuerzos. Estamos concentrando los recursos en las fiestas populares y en los colectivos festeros. Pero a nivel de notoriedad social, en el segmento que nosotros queremos trabajar de 14 a 20 años, hemos perdido mucho. En términos de vertebración y de dinamización, el que tú no tengas una televisión vehicular de tus manifestaciones artísticas, culturales y como nación, hacen que se pierda la visibilidad de muchos fenómenos. El cierre de Canal 9 ha producido un efecto de invisibilización de problemas y de ámbitos concretos.

**Y más allá de su ámbito profesional concreto, desde el punto de vista de la información en general, ¿qué percepción tiene como ciudadano de la información de proximidad que ha ofrecido la televisión pública tras el cierre de la cadena autonómica?**

En estos momentos yo la información de proximidad la recibo a través de Provincias y Levante, básicamente. Y está muy bien. Es importante contar con ese canal de comunicación. Pero he de reconocer que, como ciudadano cada vez, por hartazgo, me ha interesado menos la información sobre Valencia. Porque al final la información en los medios de comunicación está muy mediatizada y, o haces el esfuerzo de comprar todos los periódicos para comparar unos con otros y saber aproximadamente dónde estamos, o es imposible estar de verdad bien informado. Pero en general la calidad de la información en los medios de comunicación valencianos es muy baja.

**En el contexto de una realidad globalizada ¿cree que hoy en día sigue siendo necesaria la información de proximidad?**

Sí. Si uno pierde la conexión con lo que está ocurriendo a su alrededor, eso sólo puede provocar patologías, en el terreno personal, disfunciones en la actividad social, y desde luego, problemas estructurales en lo económico, en lo institucional... Es imprescindible.

La información de proximidad en términos estrictamente periodísticos es imprescindible, por supuesto.

**Más allá de la información puntual ¿qué han aportado los informativos de Canal 9 para la sociedad valenciana?**

Si hablamos de informativos, durante la etapa en que yo he tenido una mayor relación con los informativos, personalmente ha sido útil, porque como director de comunicación, hacer que tus clientes salgan en televisión es valioso. Pero en términos de utilidad los informativos de Canal 9 estaban más en manos del que gobierna, como una herramienta de propaganda, que como cualquier otra cosa.

Sí es cierto que se vertebró. Yo creo que, contando con el grado de ignorancia del conjunto de la sociedad y con la manipulación que llevó aparejada una utilización instrumentalizada de los medios de comunicación, al final, para sentirnos un pueblo, una nación, una cultura compartida, era útil.

**Para terminar, a la hora de plantear unos presupuestos, cualquier gobierno ha de tener en cuenta algunas partidas como esenciales (sanidad, educación, pensiones). En ese contexto ¿una televisión autonómica debería ser tenida por un lujo?**

Yo creo que no es un lujo, pero la televisión pública que teníamos era algo peor que un lujo, porque el uso que se le daba era un derroche. Evidentemente está por detrás de las pensiones, la sanidad o la educación, claramente. Pero si queremos vertebrar una comunidad, y tener una cultura y que haya una sociedad creo que es perfectamente viable. Es necesario, salvo en una situación excepcional de colapso económico, como la que se ha dado, y de la que probablemente aún no hemos terminado de salir. Sería difícil decir en qué momento. Pero desde luego, es viable económicamente y es necesario socialmente. No tengo ninguna duda. De hecho creo que para remontar, un medio audiovisual parece necesario. Hay que ser desde luego conscientes de sus limitaciones. A lo mejor basta con limitar los horarios de programación y no hace falta contar con tres canales. Desde luego que si queremos remontar, socialmente, hace falta encontrar una fórmula.



### 13. VÍCTOR REGLERO

*Víctor Reglero es catedrático de astronomía y astrofísica de la Universidad de Valencia. Fue el diseñador y primer director del Plan Valenciano de Ciencia y Tecnología. En estos momentos dirige el laboratorio de procesado de imágenes de la Universidad de Valencia. Es académico de la International Academy of Astronautics y miembro de la Internacional Astronautics Union. La entrevista se realiza en el Laboratorio de procesado de imágenes de la Universidad de Valencia el 18 de febrero de 2015.*

**«En una sociedad basada en el conocimiento, la cantidad que se invierte en medios de comunicación públicos debe ser considerada una inversión y no un gasto»**

**¿Qué importancia tiene para la ciencia y para los científicos la divulgación en los medios de comunicación?**

En general es muy importante retornar de algún modo a la sociedad, a través de los medios, los resultados que obtienen los científicos a través de los impuestos de los ciudadanos. Esta es una cuestión que en España se aprecia poco pero en cualquier país europeo o en Estados Unidos, la importancia de estas cuestiones es máxima. Es definitiva retornar a los ciudadanos lo que pagan. Y eso se hace de dos maneras. Con los resultados de los desarrollos, de las investigaciones que dan lugar a cosas. Pero tampoco hay que olvidar al ciudadano de a pie, a quien quizá no va a usar algo que los científicos desarrollan en la Universidad, el concepto, las ideas y la información relativa a en qué se puede utilizar las investigaciones que se están haciendo. Por eso creo que el papel de los medios de comunicación tienen mucha más importancia de la que en este país se les da. Y los medios generalistas tienen la ventaja de que permiten acceder a un universo más grande de población, de manera que ese retorno se puede hacer de una manera mucho más efectiva que si lo haces desde un medio especializado que se dirige a una comunidad especializada y mucho más pequeña.

En espacio somos una comunidad muy peculiar, muy pequeña, muy centralizada en todo el mundo alrededor de muy pocos centros y por eso tanto en la NASA como en la ESA

desde muy pronto lo tuvimos claro. En 1997 el *Space Science Advisory Commitee*, del cual yo era uno de los cinco miembros, decidió que en todas las misiones espaciales se destinara como mínimo un uno por ciento del presupuesto (y estamos hablando de presupuestos de 500 millones de euros) al *outrige*, es decir, a la comunicación de resultados de investigación a la sociedad. De hecho en los procesos de selección para las misiones espaciales, incluso en los proyectos de investigación del MINECO, el Ministerio de Economía y Competitividad, uno de los criterios que se valoran a la hora de seleccionar un proyecto, o dar una subvención, o aprobar un programa de un satélite, es justamente la capacidad formativa y la capacidad de divulgación del grupo proponente. En resumen, es una cosa mucho más importante de lo que parece.

### **¿Cuál es el peso de la investigación en la Comunidad Valenciana?**

Todos los indicadores desde el MINECO, valoraciones europeas, regionales, etcétera, indican que desgraciadamente el peso de la investigación en la Comunidad Valenciana es menor de lo que debería ser en función del PIB. En gran parte de España, el I+D pesado, masivo, más puntero, está concentrado en el polo tecnológico de Madrid, área de Barcelona, área del norte, en torno a Bilbao, Zaragoza, y un polo muy puntero que se está desarrollando ahora en torno a Sevilla. Nosotros desgraciadamente en los últimos años perdimos el tren.

Las razones son culturales, de sensibilidad social. En I+D la capacidad humana es fundamental. Por mucho dinero que se invierta, desarrollar gente capaz de generar resultados requiere diez años de formación. Ese es tal vez el gran obstáculo que tiene en nuestro país el I+D con respecto a nuestros gobernantes y políticos. Aquí ha habido una dejadez absoluta en la potenciación de la investigación desde que se inició en los años 90, en que tuvo un inicio bastante interesante. Después, todo el mundo habla de ello pero nadie apoya de manera efectiva la investigación. Yo diseñé en el 94 el Primer Plan Valenciano de Ciencia y Tecnología, presidí la Comisión, que luego aprobó el Consell y después dirigí dicho plan, fui el primer gestor de Ciencia y Tecnología Industrial. Ese plan sigue vigente, pero la apropiación de fondos, el esfuerzo que se inició con respecto al PIB, no sólo no ha aumentado sino que ha disminuido.

**Este estudio pretende comprobar qué repercusiones ha tenido para la información de proximidad el cierre de Canal 9. En ese sentido, ¿Qué nivel de presencia tenía la divulgación científica en los informativos de la televisión autonómica?**

Siempre ha habido un interés muy importante por parte de Canal 9, con entrevistas frecuentes en los informativos diarios y programas informativos semanales como *Dossiers*. Es cierto que, de los distintos tipos de investigación, no todos tienen el mismo atractivo. Sobre todo el área de investigación espacial es muy atractiva visualmente. En el espacio siempre puedes ilustrar con un astronauta flotando, un *Rover* en Marte, otro que se mueve por la montaña de un cometa... evidentemente hay imágenes absolutamente espectaculares. Espacio, además, es sin lugar a dudas el sector punta en el desarrollo de la humanidad. El proceso es siempre el mismo: desarrollos en el espacio, desarrollos en aeronáutica, desarrollos en el sector del automóvil, gama marrón (electrodomésticos). La tecnología se mueve así. Con esos elementos, siempre ha habido un interés sobre todo en estas áreas. Ha habido invitaciones continuas, tanto de fondo como de *background*, o hechos concretos. Por ejemplo, cuando llega el *Rover* a Marte, es evidente que es una noticia a nivel mundial, y aquí se le da apoyo a nivel local.

Yo estoy especialmente contento con el apoyo que Canal 9 dio a la Universidad de Valencia y al Ministerio de Defensa, al INTA, con el primer satélite español, el Minisat 01, que lanzamos en 1997. Yo era entonces presidente del primer Consejo de I+D. Llevaba el primer instrumento diseñado en España, que se había desarrollado aquí en Valencia. Y en aquella ocasión, Canal 9 hizo una cobertura informativa espectacular. Mandó equipos a Madrid y grabó todas las fases del lanzamiento desde el propio INTA, desde el Ministerio de Defensa.

**En su opinión, ¿era útil para los investigadores la información que ofrecía Canal 9 sobre sus actividades (como información de retorno)?**

Aportaba la información genérica, la verdad. Porque cada uno está en su campo. Yo no sé qué están haciendo ahora los biólogos, de manera que ves algo y te crea curiosidad. Pero de todas maneras, la mayor utilidad, en mi opinión, es el romper viejos moldes y estigmas que tienen en este país. Hay que intentar difundir la ciencia en los medios para que todo el mundo entienda qué es ser investigador y romper con el famoso “que inventen ellos” de Unamuno.

**¿Cree que ofrecer la información sobre divulgación científica en valenciano la hacía más próxima al ciudadano de la Comunidad?**

No sabría que responder. Lo cierto es que yo siempre me he sentido muy cómodo. Cada vez que me entrevistaron, no tuve ningún problema en que se me preguntara en valenciano, lo entiendo perfectamente. Obviamente yo siempre contesté en castellano porque, aunque lo hablo sin problemas, no hay que confundir el mensaje con el código que utilices y para transmitir un contenido hay que utilizar el código que mejor conozcas. Pero eso nunca fue un problema.

**Tras el cierre de la cadena autonómica ¿cómo describiría la información que ha ofrecido la televisión pública sobre divulgación científica en la Comunidad Valenciana?**

Medios de comunicación aquí tienes la prensa escrita que, básicamente presenta informaciones específicas sobre algún área de investigación concreta. Pero claro, es una información escrita y más de entrevista de algo muy específico. Pero obviamente no tiene la flexibilidad del medio audiovisual. Tienes también la radio, que está muy bien. Pero a la radio le faltan las imágenes. Y por los ojos, cosas como son desarrollos científicos entran mucho mejor, porque se ven las cosas. Y en este aspecto el elemento visual no es un elemento de apoyo, es el elemento central.

En el contexto de un país donde la divulgación científica es muy inferior a la media europea y en general de los países desarrollados, si en una zona cierras un elemento central, evidentemente la capacidad de difusión disminuye mucho. Queda prácticamente reducida a la prensa escrita o a los contenidos de investigación de las cadenas generalistas a nivel estatal que, lógicamente, son tremendamente escasos. Cualquier cierre de un medio impide potenciar la cantidad de información disponible y su velocidad y accesibilidad a los usuarios. Más aún el cierre de un medio audiovisual, que puede transmitir cosas que de otro modo se comprenderían mal o con mucha más dificultad, porque evidentemente las imágenes (y en el campo científico o tecnológico tenemos imágenes muy atractivas porque son nuevas) llaman mucho la atención y son un anzuelo mucho más efectivo.



**¿Cree que la información que genera la investigación en la Comunidad tiene ahora la misma repercusión en el ciudadano que tenía hasta el cierre de Canal 9?**

En este país la divulgación científica es tan escasa que, con lo poco que hay, cualquier medio que desaparezca tiene un impacto terrible. Cerrar un medio tiene aquí mucho más impacto que si se cierra una televisión en un *lánders* alemán porque en Alemania el nivel de divulgación científica en todas las cadenas de televisión es mucho más abundante que aquí.

**Y desde el punto de vista de la información en general, ¿qué percepción tiene como ciudadano de la información de proximidad que ha ofrecido la televisión pública tras el cierre de la cadena autonómica?**

Es muy fácil de entender. Hay cadenas de cobertura internacional, como la CNN. Ese es un nivel. Hay evidentemente otro nivel que es el estatal. Y luego hay un tercer nivel, el autonómico. Tal como está configurada políticamente España, éste sería de alguna manera el equivalente al de los *lánders* alemanes, o los estados en Estados Unidos. Televisión Española hace una cobertura mucho más genérica, menos profunda, porque no es su cometido. Podrán llevar el ámbito local a un cierto nivel pero no pueden profundizar más. Esa es la mayor pérdida.

**En el contexto de una realidad globalizada ¿cree que hoy en día sigue siendo necesaria la información de proximidad?**

Sin lugar a dudas. El concepto global es el concepto de aldea global. Cuando yo miro con los satélites de observación la tierra, no veo ni fronteras ni países, ni nada parecido, porque no existen desde el punto de vista físico. Esa es la aldea global, pero eso no significa que todos nos tengamos que enterar de todo, porque es imposible. El volumen de información que se genera a nivel de aldea global es tremendamente alto. Por tanto hay diferentes estratos, el de país, tal vez el de Unión Europea y desde luego el autonómico y el local porque es lo que me afecta de manera más directa. Son los diferentes niveles y cada uno tiene que tener los medios apropiados y diferentes. No son incompatibles porque la información en la aldea global no es 2D, no es una superficie de dos dimensiones sino 3D. Es en tres dimensiones como la información fluye, horizontalmente pero también verticalmente, tanto para arriba como para abajo. De tal manera que en una aldea global en tres dimensiones, evidentemente esas noticias locales o regionales, si no las generas,

no se generan porque no existen, y no se pueden transmitir. A nivel de aldea global, según la teoría de la información de McLuhan, sólo existe lo que se transmite. Lo que no se transmite no existe. El concepto de realidad y teoría de la información está ahí. Si no lo transmites, evidentemente para un señor que vive en Shangai, la Comunidad Valenciana no existe porque o no va a venir nunca aquí o vive a suficiente distancia dentro de la aldea global como para ignorar su existencia durante toda su vida, a no ser que le llegue información. Y esa información no será global y generalista, a nivel aldea global, sino que tiene que ser generada localmente porque si no nunca le va a llegar. Por eso es sustancial el flujo de información *up*. Creo que ahí está la cuestión más trascendente. No sólo en particularizar la información generalista aquí sino generar la información local y proyectarla hacia el exterior. Y eso sólo se puede hacer, por lógica, en el sitio.

**Más allá de la información puntual ¿qué han aportado los informativos de Canal 9 para la sociedad valenciana?**

Cuando aquí Canal 9 daba un enfoque valenciano de las noticias de interés más general, ese enfoque, ese aspecto concreto en que se profundizaba aquí llegaba también a Canal Sur, por poner un ejemplo. Más allá del aspecto *endogámico*, de la cobertura local, dirigida a la audiencia de la Comunidad Valenciana, hay otra pérdida: el impacto al exterior. Muchos de los contenidos que generaban los informativos de Canal 9 tenían interés y llegaban a las otras televisiones autonómicas. Eso sólo se puede hacer con un medio autonómico.

**Para terminar, a la hora de plantear unos presupuestos, cualquier gobierno ha de tener en cuenta algunas partidas como esenciales (sanidad, educación, pensiones). En ese contexto, ¿una televisión autonómica debería ser tenida por un lujo?**

Yo no lo creo. Si hay voluntad, si se cree que la sociedad de la información es importante, si se cree de verdad que el conocimiento es el motor económico, cualquier cosa que fomente el conocimiento, la comunicación, fomenta de manera directa y clara la capacidad productiva de una sociedad. En una sociedad basada en el conocimiento, la cantidad que se invierte en medios de comunicación públicos debe ser considerada una inversión y no un gasto.

#### 14. WALDO VILA

*Waldo Vila es jugador profesional de «pilota», diez veces campeón individual de «raspall», campeón del mundo de «llargues» y empresario de servicios deportivos (centrado fundamentalmente en el mundo de la «pilota valenciana»). La entrevista se realiza en la sede de «A Mà Pilota», en Gandia, el 6 de febrero de 2015.*

**«Buscar ahora patrocinadores es mucho más difícil porque si un evento no se emite en televisión no les resulta interesante invertir»**

#### **¿Qué importancia tiene la *pilota valenciana* en la Comunidad?**

La sociedad ha ido modernizándose y en ese camino a la modernización hemos perdido algo de nuestras raíces, y por supuesto en el tema de la *pilota valenciana*. Sin embargo, aún queda en la Comunidad un sentimiento de propiedad de la *pilota* y mucho interés por apoyar este deporte. De hecho, en la mayoría de pueblos o existen instalaciones para jugar o hay alguna calle habilitada para practicar este deporte aunque en unos pueblos se sigue jugando y en otros ya no.

**Este estudio pretende comprobar qué repercusiones ha tenido para la información de proximidad el cierre de Canal 9. En ese sentido, ¿Qué nivel de presencia tenía el mundo de la *pilota* en los informativos de la televisión autonómica?**

Ha habido una evolución a lo largo de la vida del medio. Inicialmente sólo se daban las finales más importantes, los campeonatos de más envergadura. Después se consiguió dar todas las semanas una partida que, aunque no fuera en directo, se retransmitía en diferido todos los domingos. Y poco a poco evolucionó la cobertura hasta llegar a emitir, además de la partida del fin de semana, a lo largo de toda la semana, un programa diario de 20 minutos que daba cuenta de las principales actividades y noticias que generaba nuestro deporte. Y del mismo modo que se llegó a ese pico, poco a poco fue decayendo la presencia del deporte. En un momento dado desapareció ese programa diario, se dejaron de emitir partidas semanalmente y quedó sólo la emisión de las partidas más importantes.

**¿Qué importancia tenía que los informativos de Canal 9 se hicieran eco de la actualidad que generaba el mundo de la *pilota* (como información de retorno)?**

Canal 9 aportó la posibilidad de dar a conocer la *pilota* más moderna, la que se juega en los últimos años, porque hasta que llega Canal 9 estaban únicamente las referencias de palabra que la gente se contaba o la prensa escrita. Canal 9 permitió ver sentado desde casa la final del campeonato más importante que se juega, sin necesidad de acudir al trinquete, porque las entradas para este tipo de instalaciones son limitadas. Además realizó una función de expansión de este deporte. La *pilota* se mueve por picos, es muy cíclico, el interés oscila mucho y en los años previos al nacimiento de Canal 9 la figura de más peso era el Genovés. El nacimiento de la cadena autonómica permitió que su figura cobrara fuerza y el reconocimiento no se limitara a la prensa escrita. La televisión hizo que lo conociera toda la sociedad. Aquella cobertura televisiva supuso para la *pilota* que se le abrieran muchas puertas: generó el interés de los patrocinadores, hizo que surgieran nuevos aficionados y, sobre todo influyó en el nivel de base. Permitted crear escuelas y formar a los más pequeños, nuevos jugadores para en nuestro deporte.

**Tras el cierre de la cadena autonómica ¿cómo describiría la información que ha ofrecido la televisión pública sobre *pilota*?**

Actualmente sólo se puede dar a través de la prensa escrita o internet, o en todo caso de algunas televisiones locales o comarcales, pero nada más. No hay más difusión que esa. Las repercusiones por la pérdida de visibilidad son muy negativas. Gracias a la promoción de la televisión autonómica se había llegado a un gran número de aficionados y de clubes. Ahora poco a poco se están perdiendo. Baja el número de clubes, el número de participantes en las competiciones, incluso baja la afluencia a los trinquetes. En poco tiempo llegaremos a una situación muy similar a la que teníamos antes de abrirse Canal 9, sólo será posible disfrutar de este deporte acudiendo directamente a los trinquetes. Ahora hay nuevas tecnologías, del tipo «retransmisiones en *streaming*, pero no tiene nada que ver con las retransmisiones televisadas.

**¿Cree que la información que genera el mundo de la *pilota* tiene ahora la misma repercusión en el ciudadano que tenía hasta el cierre de Canal 9?**

Continua teniendo aún repercusión pero cada vez es menor. Si tienes la continuidad de ver cada semana las partidas, cada día la información sobre *pilota*, te enganchas a la

actualidad. Si eso desaparece, poco a poco pierdes el contacto con ello y baja el interés. Con otra particularidad, el hecho de que se pierda este deporte va más allá de la pérdida de un deporte cualquiera. La pilota, además de un deporte, forma parte de la cultura y la tradición valencianas. Es una seña de identidad, por tanto la pérdida de difusión puede suponer que nos corten directamente una raíz del árbol.

Y desde el punto de vista económico, también las repercusiones son importantes, sobre todo a nivel de publicidad. Buscar ahora patrocinadores es mucho más difícil porque si un evento no se emite en televisión no les resulta interesante invertir. En este momento casi hay que pedir favores para salir en prensa. Se da algo de información en diarios locales, algo en *Levante*, *Las Provincias* muy poco, algo en *Superdeporte*... Es verdad que cuando Canal 9 emitía, desde el mundo de la *pilota* se le pedía más. Sobre todo se le pedía una apuesta económica como la que tenían equipos de fútbol de divisiones ínfimas o como tiene en el País Vasco la pelota vasca. Y también desde el punto de vista de la programación, que no fuera únicamente los domingos, a las tres del mediodía y en diferido. Pero ahora prácticamente no hay difusión.

**En su opinión, ¿ofrecer la información sobre *pilota* en valenciano la hacía más próxima al ciudadano de la Comunidad?**

Sí, desde luego. De hecho, creo que no tendría sentido de otro modo. Es el deporte típico valenciano, normalmente dentro de los trinquetes se habla en valenciano, y tiene más sentido retransmitir las partidas en valenciano. Se da por ejemplo un hecho muy curioso en el trinquete de Pelayo, en el centro de Valencia. Sales del trinquete y en cualquier comercio de los alrededores te hablan en castellano. Sin embargo, entras y dentro sólo se habla en valenciano.

**Y desde el punto de vista de la información en general, ¿qué percepción tiene como ciudadano de la información de proximidad que ha ofrecido la televisión pública tras el cierre de la cadena autonómica?**

Se ha producido un total distanciamiento. En este momento, si quieres información sobre qué pasa en algún pueblo de la Comunidad, o sobre qué pasa con el tiempo, o el tráfico, no te queda más remedio que buscarla por internet. Es la única posibilidad que hay, internet o algún medio de comunicación escrito. Poco a poco vas perdiendo el apego, la proximidad, la relación que tienes y te acabas desentendiendo. Ahora, si no tienes un

interés concreto y vas a buscar, nadie te lo cuenta. Y eso hace que pierdas el sentimiento de cercanía hacia el resto de la Comunidad. A mí me gustaba ver las imágenes de Morella nevada o qué había pasado con el tiempo en otras comarcas. Muchas veces la relación entre los pueblos se pierde.

En Canal 9 había un programa que contaba las rivalidades entre pueblos vecinos. Ese programa te permitía conocer peculiaridades de cada pueblo. En esta comunidad todos tenemos características comunes pero cada pueblo tiene características propias. Canal 9 nos permitía conocerlas y eso lo hemos perdido.

**En el contexto de una realidad globalizada, ¿cree que hoy en día sigue siendo necesaria la información de proximidad?**

Hay una contradicción, cuanto más buscamos la globalización más perdemos lo próximo. Pero eso no significa que el interés por conocer lo que pasa en nuestro entorno más cercano desaparezca. Nos pasa en el día a día que cada vez tenemos más referencias del extranjero, que tratamos de compararnos cada vez más con otros deportes, con otras culturas, y tal vez estamos perdiendo un poco nuestra identidad. Y si vamos perdiendo nuestras fuentes de información, como pueda ser Canal 9, cada vez tendremos menos señas de identidad, entre ellas la *pilota* o la agricultura o nuestro comercio, por poner algunos ejemplos.

**Más allá de la información puntual, ¿qué han aportado los informativos de Canal 9 para la sociedad valenciana?**

Pienso que han aportado la conciencia de qué es realmente nuestra comunidad, qué es lo que nos identifica, quiénes somos, y sobre todo ese sentimiento de corresponsabilidad de unos con otros, de vecindad y de conocimiento de qué nos pasa en el día a día. Creo que por eso a los ciudadanos les atraía verlo. Al final el interés tiene que ver con la necesidad de saber qué me está pasando, qué está pasando a mi alrededor. No sólo quiero saber lo que está pasando en Estados Unidos, sino lo que pasa a mi lado. Y eso por desgracia se ha perdido, cada vez tienes menos ese sentimiento de identidad. Si ya es difícil luchar por mantener eso en una sociedad tan globalizada como ésta, si además vamos recortando, cada vez será más difícil sostener lo próximo, en el tema del idioma, en el tema de los deportes, la agricultura, el tiempo, las fiestas.

**A la hora de plantear unos presupuestos, cualquier gobierno ha de tener en cuenta algunas partidas como esenciales (sanidad, educación, pensiones) En ese contexto ¿una televisión autonómica debería ser tenida por un lujo?**

Creo que es una necesidad porque está absolutamente vinculado con aspectos culturales, educativos, deportivos y de cualquier otro ámbito. Es cierto que hacía falta una revisión del modelo, de lo que había llegado a ser Canal 9, pero creo que no es ningún lujo, creo que si se ahorra en otras cosas, en una televisión pública se puede invertir en temas educativos.





## 15. JAVIER GOMAR

*Javier Gomar, periodista, es desde 2012 delegado Televisión Española en la Comunidad Valenciana, cargo que ya había desempeñado entre 1996 y 2004. Entre 2007 y 2012 fue director de Radio Nou y asesor del director general de RTVV. La entrevista se realiza en la sede de Televisión Española en la Comunidad Valenciana el 2 de abril de 2015.*

**«El espectador valenciano busca la información de proximidad, no me cabe la menor duda. Pero no es Televisión Española quien le puede ofrecer ese producto porque nuestra especialidad es otra»**

### **¿Qué funciones ha tenido asignadas este centro territorial desde 2014?**

Las mismas funciones de siempre. Este es un centro territorial que tiene como misión fundamental dos cosas: hacer dos informativos territoriales de lunes a viernes y atender las necesidades de los informativos de Madrid de lunes a domingo. Las funciones no han variado tras el cierre de la televisión autonómica. Hemos intentado hacer un esfuerzo para cubrir algunas cosas, como la retransmisión de las *mascletás*. Se retransmitieron las de Fallas y estaban previstas dos de *Fogueres*. Una no se pudo hacer por razones ajenas a esta casa. En resumen, salvo intentos por reforzar un poquito la cara social de la Comunidad Valenciana, no ha habido cambios. No nos podemos permitir más.

### **¿Cuánto personal trabaja en esta delegación?**

Este centro territorial es una excepción porque aquí, aparte del centro territorial, está la sede de *Televisión Española a la Carta* y el servicio de digitalización. Ambos están en el centro pero no dependen del centro sino directamente de Madrid. En total, Radiotelevisión Española en la Comunidad cuenta con una plantilla de 103 personas. Pero no todos trabajan para el informativo territorial. De esas 103 personas, 19 trabajan para Radio Nacional en Valencia, otros 8 llevan la radio en Alicante y hay 3 personas para radio en la delegación de Castellón. Por otro lado, en digitalización hay 8 personas y en Televisión a la carta otros 11.

### **¿Y cuántos de esos profesionales trabajan para el informativo territorial?**

Para el informativo territorial, y obviamente para el Telediario, trabajan 36 personas de los cuales 16 son redactores. Aparte de eso, en Castellón hay un redactor y un cámara, y en Alicante dos redactores y dos cámaras. Ellos sí están digitalizados, de manera que no necesitan montadores, montan ellos, trabajan en digital. En total son 42 profesionales para sacar adelante dos desconexiones territoriales y el material que pida el Telediario. En estos momentos tengo cuatro cámaras, un realizador, dos ayudantes de realización, un técnico de sonido, dos montadores, y tres técnicos electrónicos. A eso hay que sumar seis personas en la Terrena, que son técnicos electrónicos y otras dos personas, cámara y periodista, para el espacio *La Mañana de Televisión Española*. Y otros dos para *España directo*. Esos medios, evidentemente no son para el informativo territorial. Aunque si la Terrena está libre, sí podemos utilizarla si nos es necesario, pero dependemos de que no tenga otra cosa que hacer. Si la Terrena está ocupada yo no tengo opción de hacer directo en la desconexión. En ese caso ya depende de las decisiones de Madrid. Si el Telediario quiere directo, envían la lanzadera desde Cataluña, Madrid, o Andalucía. Pero eso ya no está en nuestras manos.

### **¿Los medios humanos con que cuentan han variado durante 2014?**

No. Desde luego, dispongo de la posibilidad de contratar productora, un operador con cámara, porque con cuatro cámaras no llego.

### **¿Cuál es la función de los informativos territoriales?**

La función de los informativos territoriales es básicamente contar lo que está ocurriendo en la Comunidad Valenciana cada día de una manera libre, independiente y teniendo en cuenta que además somos un servicio público.

### **Usted venía precisamente de dirigir Radio 9, la radio autonómica, ¿en qué cifraría la diferencia entre un medio autonómico y la delegación de un medio estatal?**

De entrada hay una diferencia rotunda en cuanto al idioma. Allí toda la emisión era en valenciano. Aquí sólo lo que narra el presentador (entradillas y platós) es en valenciano, el resto de la emisión, todas las piezas, se emiten en castellano. Evidentemente no es lo mismo una radio que una televisión pero los recursos del medio autonómico eran muy

superiores a los que tiene esta delegación. Para empezar hay multitud de informativos. Podíamos llegar a todas las comarcas, a cualquier pueblo de la Comunidad. En la delegación de Televisión Española hacemos un informativo muy generalista. En Aitana no podemos entrar en el detalle de lo que suceda en Buñol, por ejemplo, si no es una cosa extremadamente grave. Tenemos 25 minutos de informativo y ahí hemos de contar todo lo importante y todo lo que pueda interesar a la mayoría de gente de la Comunidad Valenciana. No podemos descender al detalle. En un medio autonómico hay más oportunidad y más tiempo para poder atender temas que aquí es imposible atender.

**¿Cuenta esta delegación de Televisión Española con corresponsales comarcales en la Comunidad Valenciana, o con algún tipo de acuerdo que le permita, en un momento determinado, contar con material de proximidad?**

No, en absoluto. Aitana no cuenta con corresponsales. Contamos únicamente con el personal de este centro, más una unidad en Alicante y otra en Castellón. Nada más.

**Más allá de lo que marca la actualidad ¿cuál es la prioridad de *L'Informatiu Comunitat Valenciana*?**

Este informativo ofrece una información institucional, siempre y cuando consideremos que tiene peso específico para poderse dar. Prescindimos de muchísimas noticias institucionales porque no les vemos valor informativo. Y fundamentalmente ofrecemos información de servicio público. Hoy vamos a abrir por supuesto con el problema del desmoronamiento de Cortes de Pallás, donde se han quedado aislados<sup>83</sup>. Pero nosotros y el Telediario, evidentemente.

**Mientras se emitieron los informativos de Canal 9, su primera desconexión coincidía con el informativo de mediodía de la cadena autonómica, ¿diría que ambos informativos, competían, se duplicaban, eran complementarios...?**

Competían porque estaban en la misma franja horaria y eso, obviamente, significa que tienes que competir porque el espectador que estaba viendo el informativo de Canal 9 no estaba viendo el nuestro y viceversa. Pero no competíamos en los contenidos, porque

---

<sup>83</sup> La entrevista se graba el 8 de abril. Un día antes la localidad de Cortes de Pallás, en Valencia, ha quedado aislada como consecuencia del desmoronamiento de rocas sobre la carretera que le da acceso.

ellos tenían un prisma informativo que no era el nuestro, que es mucho más generalista. Por tanto, sí competíamos pero entre comillas.

**Finalmente, pese a los anuncios, no se ha puesto en marcha ninguna otra programación de ámbito autonómico a lo largo de 2014. ¿Ha quedado ese proyecto completamente desestimado?**

Efectivamente. Finalmente no se ha puesto en marcha ninguna nueva franja de programación. De entrada, he de decir que no he sido yo quien ha llevado a cabo las negociaciones, que se llevaron directamente entre la Generalitat y Madrid. Evidentemente no es nada barato hacer una desconexión. Estoy hablando técnicamente, después hay que entrar en producción y contenidos, que tampoco lo son porque la televisión, fundamentalmente es cara. Pero yo entiendo que en un momento en que no se ha llegado todavía a la finalización total de la liquidación de Radiotelevisión Valenciana era quizás un momento todavía poco propicio para abrir una posibilidad que, además, iba a resultar onerosa para las arcas de la Generalitat. Y si me apuras todavía más, creo que tampoco era el momento, con unas elecciones a la vista. Creo que la prudencia al final ha llevado a esperar a que las cosas se vayan normalizando. Del mismo modo que tampoco se pone en marcha el proyecto de la Diputación, estas cosas han de ir despacio y pisando seguro. A partir de lo que surja de las próximas elecciones autonómicas y municipales, la Generalitat verá, quien tenga que verlo, cómo se cierra definitivamente un capítulo y como se abre otro, si es que se abre.

**Aun así, ¿han introducido ustedes alguna novedad en la cobertura informativa?**

Sí. Fundamentalmente en el ámbito de la información de Fallas. En 2014 hicimos unas desconexiones en Fallas de media hora antes del informativo. Pero este año no las he repetido porque he considerado que el esfuerzo que nos llevó hacerlo el año pasado no se correspondió con la audiencia que hubiera sido deseable. Y como yo aquí tengo muy limitadas las posibilidades tanto de personal como de tecnología, hemos decidido no volver a repetir ese esfuerzo. Además evidentemente se ha retransmitido, como siempre, la *cremà* de la falla del ayuntamiento para toda España, pero eso se ha hecho siempre.

Hay otra programación extra, que no coincide con el cierre de Canal 9, pero sí hemos procurado abrir una ventana. En los meses de verano, básicamente julio y agosto, donde decae la actualidad informativa, y donde además tengo problemas de personal para cubrir

la media hora de desconexión, hemos ido preparando, desde el verano de 2013, una serie de programas especiales que se emiten después en esos meses. En 2013 hicimos *Dieta Mediterránea*; en 2014 hicimos *Sonido abierto*, más de 20 programas sobre música en la Comunidad Valenciana, y para 2015 estamos ya preparando un espacio, que posiblemente se denominará *En origen*, sobre las diferentes denominaciones de origen de la Comunidad Valenciana. Espero que este año además pueda contar con una ayuda económica, un patrocinio de la *conselleria*, porque estoy con muy pocas cámaras y necesitaría externalizar algún servicio para hacer frente al espacio. Las tres propuestas son productos que hubieran entrado perfectamente en cualquier parrilla de Canal 9 porque estás vendiendo marca Comunidad Valenciana y al final es servicio público, porque estás contando cosas que a la gente le interesan y que además son nuestras.

**¿Podría detallarme el dispositivo, humano y técnico, que se pone en marcha en 2014 para retransmitir las *mascletás* de la Plaza del Ayuntamiento de Valencia?**

Las *mascletás* las hacemos con dos dispositivos distintos: uno hasta la semana fallera, y otro durante la semana fallera. En la semana fallera Madrid nos envía una unidad móvil. Durante las semanas anteriores tenemos que valernos de medios mucho más rudimentarios para poder realizar esa retransmisión. Evidentemente nosotros no podemos contar con el despliegue con el que contaba Canal 9: once cámaras en la plaza, un helicóptero, de eso nada. Nosotros hemos hecho las retransmisiones de las *mascletás* con entre tres y cuatro cámaras en la plaza. Por suerte cuento con profesionales de altísima cualificación, además de realizadores, técnicos, gente de sonido, producción. El dispositivo en la plaza era cada día de entre ocho y diez personas. Para los últimos días, con la unidad móvil llega un refuerzo de personal y se pueden hacer las cosas mucho mejor. De hecho para la *cremà* teníamos además una cabeza caliente. En este caso el personal ya son más de 20 personas trabajando esa noche.

**Respecto a la información meteorológica, ¿Cómo se elabora el boletín diario?**

Nosotros no tenemos un meteorólogo en Valencia. La información del tiempo se hace desde Madrid durante la mañana, personalizada para la Comunidad, y ellos nos la envían para emitir al final de la desconexión de las dos.

**En cuanto a la información deportiva, ¿cuál es el criterio de selección de las noticias?**

Se intenta, y se hace, de hecho, que todos los equipos de fútbol de primera división de la Comunidad aparezcan a diario en los informativos. Pese a eso, recibimos críticas si dedicamos más tiempo a un equipo que a otro. Pero no tengo ni tiempo ni posibilidades de dar información de otros deportes. No me cabe más. Hay que entender que todas las televisiones, todas las radios, tienen programas de deportes específicos. Nosotros no lo tenemos.

**En el ámbito de la información electoral, ¿qué capacidad de información tiene este centro?**

Nosotros no podemos hacer un programa específico. Hoy, por suerte, la velocidad de obtención de resultados es muy rápida, de manera que en el programa nacional el ciudadano de la Comunidad puede ver resultados en cada provincia. Evidentemente, lo que no podemos abarcar son los datos locales o comarcales.

La única opción es que se decida hacer una desconexión extraordinaria esa noche. En radio se hace pero en televisión todo es mucho más difícil. Y yo no tengo datos al respecto.

Sobre la información de campaña, hemos de ceñirnos al mandato de la Junta Electoral. Como en Canal 9 o en cualquier otro medio público, los tiempos están marcados. Aun así, para la información de campaña se hace necesario abrir desconexiones al margen de las normales porque de otro modo no tenemos tiempo material para emitir los espacios electorales. Estamos muy limitados.

**Por lo que respecta al idioma, otras desconexiones autonómicas son íntegramente en la lengua propia de la Comunidad Autónoma. ¿Por qué en la Comunidad Valenciana esa regla no se cumple?**

Efectivamente debería hacerse y no se hace. Y no se hace porque nunca se ha hecho. Tradicionalmente esta desconexión se hizo siempre en castellano y con las entradillas en valenciano y se ha seguido haciendo así. Además, si hago todo el informativo en

valenciano recibo protestas de ciertos sectores y si lo hago todo en castellano recibo protestas de otros.

### **¿Qué evolución experimentaron sus índices de audiencia en 2014?**

En general, han sido buenos. En enero del 2014 el primer informativo tuvo una media de 13 y el segundo, de 14,7. En febrero, 13,6 y 15,9; en marzo, 14 y 15,5; abril, 12,2 y 14,7. Para mí es muy importante que los niños vayan al colegio. Si los niños están en el colegio yo tengo audiencias más altas; si hay vacaciones baja porque los niños se hacen con el mando y ponen dibujos animados. Mayo 13,2 y 15,7; junio 12,6 y 13,5; julio ya bajamos, 10,9 y 12,3; agosto 10,2 y 14,4; septiembre todavía es malo, 9,7 y 14,7; octubre ya 14,9 y 15; noviembre, 12,2 y 16; diciembre, 11,1 y 15,9. La media está en 12,15.

En diciembre de 2013, cuando ya no emite canal 9 tengo un 11,7. El mes anterior, noviembre, en que todavía emite Canal 9 tengo un 7,6. Octubre, 7; septiembre 5,8; agosto 3,3; julio 5,3; junio 6,1; mayo 7,3; abril 7,3; marzo 5,5; febrero 6,4 y enero 7,4. En el primer informativo, tras el cierre de Canal 9, las audiencias prácticamente se han duplicado. En el segundo llegamos a tener picos del 21 por ciento. Nos quedamos con la audiencia del Telediario y la superamos en casi dos puntos casi a diario porque es un informativo muy breve pero que te aporta lo básico de la información de la Comunidad y la información meteorológica. Además el horario es muy bueno y el resto de cadenas, en ese momento, están aún en publicidad.

### **Tecnológicamente, ésta es de las pocas delegaciones de Televisión Española que siguieron emitiendo en analógico durante 2014. ¿Tiene eso repercusiones desde el punto de vista de la información?**

Tecnológicamente esta es una de las delegaciones peor dotadas de España. El problema está en que el 31 de mayo de 2015, es decir, el mes que viene, se termina el convenio por el cual nosotros podemos estar aquí. Y todavía en este momento no sabemos cuál va a ser el futuro de la sede de Radiotelevisión Española. Entre otras cosas porque también estamos esperando a que pasen las elecciones y saber con quién tenemos que negociar. Estamos buscando una alternativa nueva, porque la sede de Colón, donde está Radio Nacional, es nuestra pero se nos queda pequeña. Cuando tengamos claro el sitio este centro pasará a ser el mejor dotado y el más avanzado tecnológicamente. Ha sido una cuestión de mala suerte, no hay ningún tipo de animadversión hacia Valencia, ni

muchísimo menos, sino que las circunstancias nos han llevado a realizar esta larguísima travesía del desierto de dificultades tecnológicas.

**¿Condiciona la emisión en analógico los índices de audiencia?**

No estoy seguro. Porque las carencias tecnológicas las compensamos con un esfuerzo humano terrible. Llegamos a todas partes, llegamos como sea pero llegamos. Al estar trabajando en analógico tardamos más, evidentemente, en todo, pero llegamos. Y respecto a la emisión, desde hace ocho días estamos ya emitiendo en HD. Cataluña, Andalucía, Extremadura y Comunidad Valenciana hemos sido las primeras. Estamos emitiendo en HD y en TDT normal. Nosotros seguimos trabajando en analógico pero la señal se transmite digitalmente.

**¿Cree que el cierre de la cadena autonómica ha repercutido en la audiencia de *L'Informatiu Comunitat Valenciana*?**

Claro. Para nosotros ha supuesto prácticamente duplicar los índices. Y eso no significa, por supuesto, que yo me alegre del cierre, pero en ese río revuelto yo he obtenido ganancia y ha aumentado mi audiencia. El espectador valenciano busca la información de proximidad, no me cabe la menor duda. Pero no es Televisión Española quien le puede ofrecer ese producto porque nuestra especialidad es otra. Otra cosa sería que transformaran este centro territorial en un centro de producción. Eso significaría tener muchas más desconexiones, y por supuesto mucha más plantilla y muchos más medios. Entonces estaríamos hablando de otra cosa. En esa situación ya podríamos hacer algo que sirviera para que se notara mucho menos la ausencia de Televisión Valenciana. Pero eso la dirección de Televisión Española no lo contempla.

**¿Puede suplir la información de la delegación de una cadena estatal al producto de una cadena autonómica?**

En parte sí y en parte no. En las cosas importantes Aitana sí puede dar la misma información que daba Televisión Valenciana. En los temas más cotidianos, más de proximidad, no. Yo no puedo mandar equipos a grabar fiestas patronales. Ni tengo disponibilidad ni tiempo. Nuestras fuentes son las habituales para hacer el tipo de producto que nosotros hacemos, que es mucho más generalista. Trabajamos básicamente con agenda y utilizando las fuentes institucionales clásicas. Pero no contamos con



corresponsales comarcales, como tenía Canal 9. Y sobre todo no es nuestro objetivo. Nosotros al fin y al cabo somos una delegación de Televisión Española en Valencia. Del mismo modo que las hay en Murcia, en Sevilla, en Toledo.



## 16. JOAN CARLES FORTEA

*Joan Carles Fortea ha sido meteorólogo de Televisión Valenciana durante 16 años, de 1997 a 2013. Es licenciado en Física y ha sido profesor asociado de la Facultad de Física de la Universidad de Valencia. Colabora con el Grupo de Teledetección del Laboratorio de Observación de la Tierra (LEO). La entrevista se realiza el 13 de mayo de 2015.*

**«Era fácil avisar a compañeros de la redacción con tiempo suficiente para que se desplazaran al punto donde se iba a producir el fenómeno y pudieran grabarlo o incluso mostrarlo en directo»**

### **¿Cuáles eran sus funciones en Televisión Valenciana?**

Trabajaba en la sección de Meteorología. Mis funciones eran básicamente preparar toda la información meteorológica. Hacer todo el trabajo de búsqueda de la información, hacer la predicción realmente, editarla, organizarla, hacer los gráficos y, por último, presentarla. Esa era la fase final del trabajo. Hice este trabajo durante los últimos 16 años. Yo fui el último meteorólogo en entrar en la casa. Después hubo presentadores, pero de los meteorólogos yo fui el último en entrar.

### **¿Cuántos profesionales formaban el departamento de meteorología de TVV?**

El departamento contaba con cuatro meteorólogos: Vicent Gómez, que fue, de hecho quien puso nombre al espacio. Él siempre comenta que cuando comenzaron fue él quien sugirió llamar al espacio *L'Oratge*, para diferenciarlo de *El Temps*, de TV3. Con él entró en un principio Victoria Roselló. Poco después se incorporó Jordi Payá y por último entré yo. Después ha habido más personal en la sección, pero no eran meteorólogos, trabajaban sólo como presentadores, pero el equipo de *L'Oratge* lo formábamos cuatro meteorólogos.

### **¿Con qué medios contaban para elaborar la información?**

Desde un punto de vista técnico, básicamente contábamos con un ordenador e internet. Una segunda parte importante era la información que venía del satélite. El receptor del

satélite *Meteosat* fue uno de los primeros elementos que se compraron. Estaba instalado en el departamento de *L'Oratge* y eso nos facilitaba mucho la tarea. Era una cuestión muy interesante porque recibir directamente las imágenes del satélite nos daba una independencia muy grande. De hecho, era probablemente el medio más importante. Y por otro lado estaba el resto de información a la que accedíamos directamente a través de las redes. Era información pública. Y contábamos además con la información privada de los colaboradores con quienes contactábamos. Además estaban los medios de grafismo y cualquier otro material que elaborábamos pero se elaboraba siempre con los medios de Televisión Valenciana.

### **¿Cuál era su dinámica de trabajo diaria?**

Lo primero era saber lo que había pasado. Para ello, se confirmaba con los compañeros si se había producido alguna situación reseñable. Nos conectábamos a las estaciones meteorológicas que había y hablábamos con los colaboradores que nos proporcionaban los datos. Una vez teníamos esa información, mirábamos los mapas del satélite METEOSAT. Podíamos acudir a la previsión que hacía el Centro Meteorológico, y también lo hacíamos, pero el receptor de satélite nos permitía mirar directamente los mapas y los cuatro teníamos formación para interpretarlos correctamente. De ese modo hacíamos nuestra propia previsión. Una vez hecha, había que prepararla, hacer el formato gráfico, organizar la escaleta, planificar el trabajo que se quería sacar adelante, decidir si se quería elaborar alguna información al margen de los mapas y buscar entre las fotos que nos enviaban los espectadores si había alguna imagen interesante. Se montaba todo, se enviaba al estudio y una vez se había comprobado que todo estaba bien, el final era presentar toda esa información. Habitualmente íbamos apuradísimos. Había días en que no nos sobraba ni un minuto.

### **¿Cuántos colaboradores tenían y dónde estaban ubicados?**

En total eran entre cien y ciento cincuenta y se repartían por todo el territorio de la Comunidad. Muchos de ellos disponían de estaciones meteorológicas proporcionadas por la Agencia Estatal de Meteorología, algunos incluso eran observadores oficiales. Otros tenían su propia estación. Nosotros desde luego preguntábamos qué tipo de instalación tenían, en qué condiciones se tomaban los datos. En definitiva cada uno contaba con unos

medios. Unos eran más básicos, otros más sofisticados. Pero había muchos que trabajaban con medios absolutamente profesionales.

**¿Qué importancia tenía para ustedes la información que aportaban esos colaboradores?**

Básicamente nos aportaban datos de temperatura, humedad y lluvia. Pero además hacían un comentario detallado de lo que estaba pasando. Te explicaban si era normal para la época del año en que estuviéramos. Detallaban de qué modo estaba repercutiendo en el campo, cómo iba la fruta de avanzada. Te daban información fenológica, información sobre lo que pensaba la gente en la calle. Iba más allá de la información meteorológica. Las conversaciones con ellos, cada día, eran mucho más que datos meteorológicos. Eran como abrir una ventana. Te aportaban muchísima información transversal que nos era muy útil para hacer la previsión.

**Más allá de los datos concretos, ¿qué cree usted que aportaba, como valor diferencial, la información meteorológica que ofrecía Televisión Valenciana?**

Si la comparas con una información que abarca toda la Península Ibérica, lo que tenía *L'Oratge* era una especificidad, un grado de detalle, al que un medio nacional no puede llegar. Seguimos el modelo que había puesto en marcha TV3, con mucha información de todo tipo, no sólo de previsión de temperaturas, también datos de lluvia, información sobre seguimiento de los cultivos, datos básicos para la agricultura, para el turismo. La clave diferencial es el detalle y contemplar toda la variabilidad del territorio de la Comunidad, que es muy grande.

Evidentemente la previsión que se aporta desde el informativo de Aitana no es comparable, no lo es comenzando por el tiempo que se dedica. Los meteorólogos de Televisión Española hacen lo que pueden. Yo conozco a las personas que elaboran esa información y me consta que hacen lo que pueden. Ellos dan el mapa de la Comunidad con las seis o siete temperaturas más destacadas. Elaboran un mapa de previsión para hoy y para mañana. Pero tienen asignada una duración, a lo sumo de uno o dos minutos. Nuestro espacio duraba entre seis y diez minutos. Comenzando por ese dato, no hay comparación posible. Además, ellos no contactan con esa red de colaboradores con quienes nosotros hablábamos a diario y hay situaciones específicas de previsión en las que, hay que reconocer que la experiencia es un grado. Y lo era. Era algo en lo que

nosotros insistíamos mucho siempre. El hecho de haber estado diez, 15, hasta 20 años viendo cómo responde tu territorio a una determinada situación te da una experiencia que, desde fuera, es imposible tener hoy por hoy. La previsión meteorológica requiere aún hoy tener una experiencia en el lugar. Eso todavía es necesario. Los modelos funcionan muy bien, cada día mejor pero aún ahora vemos que las previsiones a nivel de toda la nación no acaban de ser muy correctas en ciertos momentos. Yo creo que, desde luego, no se da toda la información que se daba. Entre otras cosas porque tampoco tienen tiempo de absorber todos los datos y toda la información posible que se genera.

**Independientemente del espacio de *L'Oratge*, la información meteorológica tuvo siempre una especial relevancia en los informativos de Canal 9. ¿Cuáles eran a su juicio las razones?**

Es indudable que la meteorología interesa. Ahora bien, no todos los días, evidentemente. Estamos hablando de situaciones que fueran excepcionales, que fueran diferentes, como por ejemplo la situación de calor extremo que llegará mañana<sup>84</sup>. Hay momentos en que la importancia de la situación meteorológica que tienes delante o que has tenido ha superado el ámbito del espacio meteorológico, por las consecuencias que puede tener o que ha tenido. Y por tanto supera la información básicamente de meteorología porque ha afectado o va a afectar a mucha gente en muchas actividades, ya sea el tráfico, la agricultura, el turismo, por tanto ha tenido una influencia muy transversal y por tanto un informativo tenía que dar esa información. De hecho, muchos editores sabían que tenían más audiencia cuando había una situación de lluvias fuertes, porque el ciudadano se daba cuenta de que si miraba ese informativo tenía más información de lo que pasaba. Podíamos hablar de que en ocasiones se exageraba un poco en alguna situación, pero esa sería otra historia. Lo que es indudable es que nosotros dábamos toda la información que podíamos. En ocasiones no podíamos abarcar todo pero sí tratábamos de aportar toda nuestra información a los periodistas que trataban de trabajar con ella y el informativo se nutría de esa información. Evidentemente cuanto mayor era la permeabilidad, cuanta más información podíamos trasvasar, mejor, y el informativo tenía audiencias muy buenas porque se daba en situaciones muy complicadas: situaciones específicas de lluvia, de temperatura, de viento, de sequía, situaciones que generaban la preocupación del

---

<sup>84</sup> En referencia a la ola de aire africano que el 14 de mayo de 2015 entra en la Comunidad Valenciana y hace subir los termómetros por encima de los 41 grados y marca récords históricos de temperaturas máximas.

agricultor o del turismo. Había una enorme transversalidad y además creo que era una transversalidad muy demandada. Y es normal que sea demandada en esas situaciones. Cuando el tiempo era muy aburrido, nadie se preocupaba de él.

El clima mediterráneo tiene una variabilidad enorme que genera mucha información, situaciones extremas y también mucho interés por la meteorología. O hace mucho calor de pronto, o llueve con mucha intensidad o no llueve durante meses. En ocasiones se nos acusó de emitir imágenes de nieve cuando no estaba nevando tanto pero al ciudadano le interesaba. Cuando caían los primeros copos de nieve de la temporada en Morella ahí estaban las cámaras de Canal 9 para grabarlo. Y a la gente le interesaba, le gustaba verlo. Incluso había quien estaba pendiente, esperando, para organizar alguna excursión invernal. Tenemos una variabilidad tan grande que genera mucha información y mucha afición.

En situaciones de gota fría era difícil hacer una cobertura *in situ* pero es cierto que en los últimos años las herramientas de observación de estos fenómenos, a seis horas o 12 horas vista, lo que se llama en previsión el *nowcasting*, han mejorado mucho y por lo que se refiere a las tormentas, también las herramientas han mejorado notablemente y eso generaba información que nosotros teníamos y podíamos transmitir rápidamente. Era fácil avisar a compañeros de la redacción con tiempo suficiente para que se desplazaran al punto donde se iba a producir el fenómeno y pudieran grabarlo o incluso mostrarlo en directo. Por ejemplo, si buscas viento, sabes dónde puede soplar con más fuerza, porque conoces el territorio y sabes que con cada situación meteorológica concreta el viento sopla más en una u otra determinada zona. O si buscas lluvia, la experiencia nos dice que en determinadas circunstancias meteorológicas hay zonas donde llueve mucho más abundantemente que en ningún otro sitio. Eso lo da también la experiencia.

**¿Tenían para ustedes valor de retorno las imágenes que se grababan cuando se producía algún fenómeno meteorológico reseñable?**

Sí. Mucho. Muchas han sido de muchísima utilidad porque eran un registro. Desde el punto de vista de la nieve, del viento, de la lluvia, desde luego, el granizo... al final el meteorólogo necesita saber lo que ha pasado y lo que está pasando y una imagen es el perfecto resumen de lo que ha ocurrido, de lo que tienes delante. Las imágenes eran muy útiles, tanto desde el punto de vista del espectador como del meteorólogo, porque nos

aportaban siempre mucha información y además complementaban. Hay un ejemplo claro: el viento. Te podían comentar los daños que había causado el viento, y nosotros teníamos datos de velocidad, pero cuando veías las imágenes de los daños que había causado era cuando de verdad te hacías idea de la envergadura real del fenómeno. En el caso del granizo pasaba lo mismo. Y cuando llegaban las grandes nevadas, las imágenes mostraban muy gráficamente el grueso de nieve que había y cómo estaba distribuida. Lo mismo ocurría con la lluvia. Saber cómo bajaban los barrancos era algo que los colaboradores podían contarte pero verlo es siempre infinitamente más gráfico, más informativo. Hay informaciones para las que no hay nada comparable con una imagen.

**En cuanto al idioma, ¿qué cree que aportó, desde el nacimiento de la cadena, ofrecer la información meteorológica en valenciano?**

Muchísimo. Es muy interesante porque en nuestro ámbito ha difundido una serie de palabras, de términos específicos, que estaban casi olvidadas porque la gente no los utilizaba. Incluso había muchas palabras que la gente sí conocía pero estaban en desuso. Vicent Gómez siempre comenta que hasta que Canal 9 comenzó a emitir, nadie utilizaba ya *ruixat*, o *aiguat*. Canal 9 ha diversificado el lenguaje meteorológico. Ha convertido en familiares términos que la gente no conocía y ha permitido difundir términos que eran habituales en unas zonas pero no en otras, porque nombraban fenómenos desconocidos en algunas zonas. Hay muchos ejemplos. En Villena, los ciudadanos estaban muy acostumbrados a oír hablar de «arabogues», porque allí es habitual que llegue el viento y empuje la nieve pero en Cullera nadie conocía ese término, porque allí no nieva. Lo mismo ocurre con los vientos. El «mestral» en el norte se conoce como «xereu» o «xers». Tú vas a seguir diciendo «mestral» pero ya sabes cómo lo dicen en el norte. Hay palabras que son cultura. Nosotros hablábamos de diferentes situaciones y fenómenos y lo hacíamos con nuestro vocabulario. En muchos pueblos la gente conoce los nombres de diferentes fenómenos porque en esos pueblos se dan dichos fenómenos. En otros no se dan y por eso no se conocían los nombres. Canal 9 hizo extensivo ese conocimiento a todo el territorio de la Comunidad. Lo hizo público, lo hizo visible. En cierta manera es un grano más en el conocimiento de nuestra cultura, ni más importante ni menos, uno más. En ese sentido yo creo que el espacio de *L'Oratge* ayudó mucho a diversificar el vocabulario. Ha ayudado a visibilizar una serie de palabras que mucha gente utilizaba,



otros no, y otros ni tan siquiera las conocían. En ese aspecto, creo que el espacio ha sido muy útil.

La gente necesita imágenes. Si no ves que se haga uso de la lengua, no utilizas la lengua. Canal 9 era el vehículo que permitía visibilizar ese uso. Se había hecho un esfuerzo y con el cierre se está perdiendo todo el trabajo realizado. Los efectos en el uso de la lengua no son los que están notándose ahora, los notaremos a medio plazo, en apenas cinco años, si no se revierte la situación.

**¿Qué importancia tuvo la información meteorológica en lo que respecta a la visibilidad del territorio de la Comunidad?**

Fue básico. Nosotros nombrábamos pueblos que la gente hasta ese momento no conocía de nada. Hace un cuarto de siglo en esta comunidad había mucha gente que no sabía dónde estaba Fredes. Ahora todo el mundo lo sabe. En definitiva la meteorología es geografía, y por tanto, implica el conocimiento geográfico: ríos, montañas, sierras. La gente sin querer aprendía geografía. De hecho había muchos pueblos pequeños que tenían estación meteorológica porque había alguien en el pueblo que estaba interesado en que su pueblo saliera en Canal 9. ¿Quién no sabe dónde está Fredes, o Carrícola, en la Vall d'Albaida, por ejemplo? Son pueblos que han estado en el mapa porque alguien allí tenía interés meteorológico. Y nosotros dábamos el dato de quien nos daba el dato. El conocimiento de nuestra geografía fue otra de las grandes aportaciones de *L'Oratge*, porque la meteorología es básicamente geografía. No es que se aprendiera, es que la tenías delante y hacías uso de ella. Sin darte cuenta estabas absorbiendo información del territorio.

**Tras el cierre de la cadena autonómica, Televisión Española es la única televisión pública con cobertura en todo el territorio de la Comunidad ¿cómo describiría la información meteorológica que ha ofrecido Aitana desde 2014?**

Yo diría que es digna pero insuficiente. No podría decir muchas más cosas. Creo que lo hacen lo mejor que pueden. No tienen aquí profesionales dedicados específicamente a eso. Lo hacen desde Madrid y quien la elabora hace lo que puede, desde el punto de vista de la desconexión y del tiempo con que cuentan. Por tanto, lo hacen muy dignamente pero a mí me parece insuficiente. Tienes una mínima información. Es lo mínimo que puede darse. De ahí a lo que ofrecía Canal 9, hay un salto cualitativo y cuantitativo. La

información es digna, vuelvo a repetir, y con los medios que tienen no pueden hacer más. Pero a mí me gustaría algo más, se me queda corto.

En lo que se refiere a esas situaciones en que la información meteorológica trasciende al informativo, la situación es la misma: no pueden. El informativo es tan corto que el grado de selección ha de ser enorme. No tienen ni medios para llegar dónde nosotros llegábamos ni tiempo para emitir tantas imágenes o información tan detallada. En resumen: se pierden. Si pasa algo importante obviamente lo cubrirán, pero se emitirá una imagen, y no hay más. No tienen tiempo para más. Gráficamente es como mirar a través de una mirilla o abrir la puerta. Con Aitana estás mirando a través de una mirilla lo que pasa al otro lado. Si abres la puerta lo ves todo. En este caso lo que tenemos es sólo la mirilla. Puede ser una mirilla excepcional, la pueden tener impecable, pero inevitablemente es una mirilla, es muy pequeña.

**En 2014 usted, junto con otros dos meteorólogos de TVV, presentaron un libro por toda la Comunidad. Por lo que usted ha podido pulsar, ¿cuál cree que es la percepción de los ciudadanos de la Comunidad sobre la información meteorológica que ahora reciben?**

Lo que nosotros hemos visto es que, en general, los ciudadanos están tristes, tienen una cierta sensación de orfandad, sentimiento de pérdida. Tratan de buscar aquello que tenían en casa y les contaba todo lo que pasaba cerca de casa y ahora ya no lo tienen. Creo que hay una sensación de vacío. La gente está triste, sobre todo en las zonas donde la gente habla más en valenciano. Todo el mundo transmite esa misma sensación de tristeza. Cuando vas por los pueblos la gente siempre se acerca a decir lo mismo: así no podemos estar. Da pena, la verdad. Yo tengo la impresión de que cuando más valora la gente lo que tiene es cuando se lo quitan. Antes la gente la criticaba, y está muy bien. Evidentemente era muy mejorable lo que se hacía, pero de ahí a no tener nada, la gente nota el vacío. Tristeza y orfandad son las dos palabras que yo creo que definen la sensación general. En muchos pueblos la gente dice que le han quitado algo suyo.

Y en lo que se refiere a la meteorología lo que nos han dicho es que les falta un punto de información muy grande, que hay muchas informaciones que antes salían y ahora ya no salen. Pero volvemos a lo que comentábamos antes, no tienen información en valenciano y no tienen la información con detalle que tenían antes. Y la echan de menos. La

información del tiempo era una información básica y que la gente seguía, mucho más que cualquier otro espacio. Porque la gente buscaba la información meteorológica más cercana, en valenciano y con un detalle que no encontraba en otras cadenas. Eso ya no lo tienen.

**Y más allá de su ámbito profesional, como ciudadano de la Comunidad, ¿qué percepción tiene de la información de proximidad que ha ofrecido la televisión pública tras el cierre de la cadena autonómica?**

De proximidad poca. Afortunadamente está Aitana, pero Aitana no cubre en absoluto el vacío de una información de proximidad como la que ofrecía Canal 9. Para mí la información de televisión pública en estos momentos está muy focalizada en el lugar donde se encuentra la sede de la televisión, Madrid, o Barcelona, como mucho. Hay mucha información muy centralizada. Y Aitana trata de cubrir el vacío que ha dejado Canal 9 en la información de servicio público en la Comunidad pero no pueden, no llegan. A mí se me queda corta, siempre me falta información, me obliga a buscar en otros medios. Tengo la misma sensación que le he visto a la gente, siento que me falta algo.

De hecho, yo no veo normalmente Aitana, pero cuando hay algún tema concreto del que quiero estar informado sí la pongo. Pero necesito saber más, así que recurro a internet, porque me resulta fácil acceder a los medios que dan información sobre la Comunidad Valenciana. Es la forma más rápida que tengo ahora de acceder a esa información. Evidentemente también utilizo la radio. Las desconexiones de la Ser me aportan una información muy rápida así que, sé cuándo emiten los boletines y los busco. Pero sobre todo internet. No hay otra posibilidad, internet y la radio. Porque Aitana tiene unos horarios tan concretos y tan limitados que es difícil tener disponibilidad. Internet y la radio sí te aportan esa disponibilidad.

**En el contexto de una realidad globalizada ¿sigue siendo necesaria para usted la información de proximidad?**

Sí, desde luego. La globalización está muy bien. Me gusta saber qué está pasando en Galicia, o en Madrid. Me interesa saber qué está pasando en España porque me afecta o que pasa en los Estados Unidos, porque igualmente me afecta. Me interesa saber qué pasa en el mundo, una pincelada rápida. Pero también me interesa saber qué pasa en mi

entorno más cercano, qué pasa en mi comunidad, si ha habido algún cambio en la legislación, en la meteorología o el medio ambiente, por ejemplo, desde cualquier punto de vista. Hay muchas noticias que desde el punto de vista nacional se descartan porque no tienen suficiente interés o relevancia y no caben, pero a mí me interesan y me son necesarias. A mí la información de proximidad en un mundo global me parece imprescindible. Yo busco la información de proximidad porque quiero saber qué está ocurriendo en mi pueblo, en mi comunidad, en mi entorno y por eso busco los medios que la dan. De hecho, a pesar de que estamos, estoy de acuerdo, en un mundo globalizado, donde la información global es necesaria, la información de proximidad continúa siendo imprescindible porque continúa siendo útil, para mí, para mi vida diaria y cotidiana.

**Más allá de la información de actualidad, ¿qué cree que han aportado durante 25 años los informativos de Canal 9 a la sociedad valenciana?**

Muchas cosas, en realidad, pero básicamente creo que han hecho pueblo. Han hecho grupo. Han hecho que Alicante, Castellón y Valencia sientan que son lo mismo y que tienen la misma lengua. Es una de las cosas básicas que han hecho. Era uno de los objetivos cuando surgió el proyecto de Canal 9 y los informativos lo cumplían. Te contaban lo tuyo, en tu lengua y con la gente de aquí. Y te contaban cosas interesantes de tu ámbito. En general creo que lo que han hecho ha sido vertebrar. Es una palabra quizás algo manida, que mucha gente utiliza, pero es lo que hacían los informativos. Te hacían sentir que formabas parte de un grupo, de un territorio y te mostraban ese territorio. Básicamente eso es lo que se hacía. Costaba mucho al principio pero se había llegado a un punto en que se hacía, y sentías una identidad, sobre todo con el territorio y con la lengua, básicamente. Creo que era una de las funciones que tenía asignada la televisión autonómica que en particular cumplía. Otras funciones quizá no las cumplía, pero esa sí la cumplió y la han hecho estallar.

**Para terminar, a la hora de plantear unos presupuestos, se han de tener en cuenta algunas partidas como esenciales (sanidad, educación, pensiones). En ese contexto ¿le parece que una televisión pública autonómica debería ser tenida por un lujo?**

En un territorio como el nuestro, con una segunda lengua cooficial, pienso que no, no puede ser tenida por un lujo. Hay que matizar, desde luego. Creo que una televisión autonómica pública, razonable, hecha con sentido común, bien hecha, tiene sentido, es

básica. Formaría parte del presupuesto incluso de la Conselleria de Educación, porque ha de fomentar el valenciano, de la Conselleria del Territorio, porque ha de dar a conocer el territorio y el medio ambiente, incluso creo que es básico para la Conselleria de Gobernación, desde el punto de vista de alertas, de situaciones problemáticas, de información en situaciones muy comprometidas para la población, para la seguridad de la gente. En una televisión autonómica puedes dar informaciones que no ofrece el resto de medios. Existen justificaciones razonables para el sostenimiento de una televisión pública autonómica razonable desde diferentes *consellerias*, desde diferentes ámbitos porque te aporta mucho valor de retorno para la inversión que exija. Yo creo que entra perfectamente dentro de cualquier presupuesto, con un proyecto razonable, desde luego. Creo que retornaría la inversión sin duda, desde mi punto de vista, sin ninguna duda.



## 17. JOSÉ MANUEL GRANERO

*José Manuel Granero es periodista. Durante 25 años ha trabajado en Televisión Valenciana, donde ha ocupado diversas jefaturas. Entre 1996 y 2004, fue jefe de producción de informativos de TVV. Anteriormente trabajó en la delegación de Televisión Española en la Comunidad Valenciana. Allí dirigió durante la década de los 80 el magazine «Cita a las Dos». La entrevista se realiza en Valencia el 25 de febrero de 2015.*

**«Para los que llegamos de Aitana, Canal 9 era mágico»**

**Durante los años en que usted dirigió el departamento de producción de informativos de TVV, ¿cuáles eran los medios humanos y técnicos con que contaba para la realización de dichos informativos?**

Si lo circunscribimos a redactores, cámaras, productores, realizadores y personal técnico, Canal 9 tenía, sólo en Valencia, una plantilla de 200 personas, más otras 20 en Alicante, y otras 12 o 15 en Castellón, más otras siete u ocho en Madrid y un corresponsal en Bruselas. El momento en que yo comencé a dirigir la producción de los informativos fue el año de la Guerra del Golfo, cuando se pone en marcha Punt 2, y cuando la actividad informativa fue la más importante de la cadena. Se montan los enlaces de las corresponsalías por toda la Comunidad Valenciana, se llena todo el territorio de enlaces... Durante ocho años, hasta la crisis de las Torres Gemelas, se produce en Canal 9 una revolución tecnológica de primer nivel. Tras siete años de la puesta en marcha del canal, nuestras tecnologías estaban caducadas y obsoletas. Se compran tres lanzaderas, cuatro unidades móviles, 20 cámaras. Canal 9 despegó tecnológicamente en aquel momento.

**¿Cuántos kilómetros se podían hacer al día para satisfacer la demanda de los informativos?**

Con 14 coches propios que se trasladan a puntos que no son la ciudad de Valencia, más otros tres coches en Alicante, dos más en Castellón, otro en Madrid, más los taxis de corto recorrido con los que se desplazaban equipos a Valencia o el área metropolitana, se

hacían miles de kilómetros al día. No había cortapisas para la información. Se creía, se era consciente de que lo que se quería era cubrir todo el territorio con los informativos y eso venía avalado por el hecho de que luego se alcanzaba más de un 20 por ciento de audiencia media en los informativos.

**En 24 años las tecnologías han ido cambiando radicalmente pero durante los años en que usted ocupó la jefatura de producción, ¿cuántas conexiones en directo se podían hacer diariamente?**

Un informativo generaba ya entonces entre siete y diez conexiones en directo. De ellas, cuatro, la mitad, eran propias, y la otra mitad eran contratadas a proveedores de servicios de directo o las facilitaba FORTA con el dispositivo de televisiones autonómicas o aprovechando enlaces permanentes de los que teníamos por todo el territorio. Diez conexiones en el informativo de mediodía eran absolutamente habituales.

**¿Cuántos corresponsales comarcales tenían los informativos de TVV?**

Se crearon 19 corresponsalías y se instalaron enlaces incluso donde no había corresponsalías. Se hizo para poder conectar una cámara o enviar un vídeo desde ayuntamientos, desde cámaras de comercio, desde instituciones u organismos públicos a los que podíamos tener acceso porque se involucraban para que pudiéramos emitir información. Quedó enlazada toda la Comunidad Valenciana por primera vez. No desde Vinaròs a Orihuela pasando por Pilar de la Horadada, que también: Vinaròs, Orihuela, Pilar de la Horadada, Elche, Alcoy, Gandia, Benidorm, Chelva, Segorbe, Burriana, Peñíscola, los tres centros de tráfico, el ayuntamiento de Valencia, el de Castellón, el de Alicante, el Mestalla, el Pabellón de la Fuente de San Luis, el Palau de la Música, el Palacio de Congresos... toda institución u organismo en que nosotros de continuo hacíamos retransmisiones institucionales, festivas o de cualquier otro tipo se cableó y estaba enlazada.

**¿Qué porcentaje de trabajo del informativo acostumbraban a hacer las corresponsalías comarcales?**

Tanto como el editor de cada informativo encargara a cada corresponsal. La rutina de trabajo consistía en que cada mañana vía telefónica, los corresponsales proponían un menú informativo con los temas que consideraban noticiables de su ciudad o su comarca.



Dependiendo de la implicación y de la capacidad profesional del cámara y del periodista que trabajaban en cada comarca, vendían más temas o menos. Los editores de cada informativo decidían qué temas les interesaban pero las corresponsalías importantes, que son cabeceras de comarca, Gandía, Torrent, las poblaciones de más de 20.000 habitantes, generaban sistemáticamente una o dos noticias al día cada una. En esos años nace el *Metropolità*, que supuso que por primera vez los alicantinos, los castellonenses y los valencianos vieran 10 minutos comarcales dentro de un bloque de media hora de información. Con este informativo la demanda de informaciones a los corresponsales era aún mayor.

### **¿Qué pasaba cuando en un informativo faltaban efectivos?**

Se ponían. Así como en programas o en informativos no diarios si surgía algo imprevisto y faltaban medios se anulaba el plan de trabajo previo y se destinaban los medios de que se disponía a cubrir esa necesidad, en los informativos no ocurría eso. El hecho informativo nunca se ha discutido en Canal 9. En mi etapa nunca. Salvo en los últimos cuatro años en que había una consigna clara de ahorrar, de hacer menos directos, de abaratar costos, durante el resto de la vida del medio si faltaban tres periodistas y no los tenían los pedías a las corresponsalías, si te faltaba una imagen la pedías a quien la tuviera, pagabas lo que no tenías o suplías con dinero lo que no tenías. Si se había puesto una persona enferma no le decías a otro haz tu trabajo y el suyo, llamabas a un compañero de otro turno y le pagabas las horas extras, o comprabas esa noticia que no habías podido cubrir. Nunca ha habido cortapisas en medios ni económicos ni técnicos a las necesidades informativas de los informativos de Canal 9, salvo en los últimos cuatro años y por motivos de ahorro.

### **¿Se cubrían las 24 horas del día?**

En lo que se refiere a la emisión, hasta que no hubo Canal 24 no hubo 24 horas de emisión en ninguno de los dos canales. Pero la cobertura informativa sí era completa. Había equipos de guardia en Burjassot y en las corresponsalías. Se pagaba un incentivo a los corresponsales para que estuvieran de guardia. Era la manera de no depender de las rondas, a las seis de la mañana o a las siete de la tarde, a policía, bomberos, guardia civil. Había equipos de guardia en el centro de Burjassot, en las delegaciones y en las

corresponsalías. Era prioritario estar bien informado. Y dispositivos que te permitían un tipo de reacción muy rápida.

### **Centrándonos en eventos especiales, ¿qué tipo de eventos se retransmitían?**

Era una mezcla de eventos festivos, culturales, institucionales. Venían marcados por el calendario. Y además de las retransmisiones que acababan institucionalizándose y periodificándose en el año, había un segundo tipo: aquellas que tienen que ver con una inauguración, con una reunión institucional, una visita del Rey o el Príncipe o un ministro. Esas no las conoces porque dependen de la agenda institucional. Las demás, desde luego. En enero se retransmitía la cabalgata de Reyes de Alcoy, la *cremà* de la Foguera de Canals, las proclamaciones de las Falleras Mayor e Infantil a finales de mes; en febrero, el carnaval de Vinaròs; en marzo, las Fallas, que incluían el acto de la *Crida*, las *mascletás*, los premios, la Ofrenda y la *Cremà*, y a final de marzo la Magdalena. A principios de abril la Semana Santa, y también en abril las Entradas Mora y Cristiana de Alcoy; en junio las Hogueras; en julio el certamen de bandas de música; la Tomatina en agosto; la *Entrada de bous y cavalls* de Segorbe, en septiembre... También los actos del 9 de octubre, los premios Jaume I, el aniversario de cualquier evento cultural, inauguraciones de museos, complejos culturales o de ocio. Pero, en general, la gran mayoría eran festivas, culturales e institucionales.

Quizá no salían todos los pueblos que habrían querido, incluso a algunos no les parecería bien la selección pero las capitales principales y aquellos pueblos que, no por su importancia en población sino porque tienen algún evento de especial relieve, se cubrían sistemáticamente. Por ejemplo, se retransmitía todos los años la *Entrada de bous i cavalls* de Segorbe y mientras en Altea se celebró un festival de Cine competitivo y de cierto renombre, la cita de julio era Altea y si los Moros y Cristianos de Orihuela eran en agosto, se retransmitían. Los acontecimientos festivos y culturales de la Comunidad Valenciana comenzaron a retransmitirse poco a poco, pero cuando la cadena llevaba diez años en marcha se cubrían en un noventa y nueve por ciento.

### **¿Cómo se montaba una noche electoral?**

La preparación de ese programa especial llevaba meses. Nosotros teníamos la ventaja de que FORTA organizaba un dispositivo de cobertura de partidos nacionales a los que nosotros sumábamos a un periodista y a un cámara. Ponía el dispositivo de conexiones en

directo y de edición y se embarcaban en una caravana de partidos nacionales, periodistas y cámaras de Canal 9, y del resto de autonómicas. Teníamos además a los partidos nacionalistas de diferentes comunidades autónomas cubiertos a través de la televisión autonómica que hacía el seguimiento de ese candidato.

El día de las elecciones el dispositivo informativo se prolongaba desde una hora antes de la apertura de las urnas hasta el 99 por ciento de los votos escrutados. Eso suponía una jornada de emisión desde las ocho de la mañana hasta las dos y media o las tres de la madrugada ininterrumpidamente. Se hacía un seguimiento de las candidaturas de los partidos nacionales, de los partidos nacionalistas nacionales, de los centros informativos nacionales (colegios electorales, centros de datos, Congreso, Senado, dispositivos internacionales cuando tenía que ver con el entorno europeo) y dentro de la Comunidad Valenciana, reproducíamos el seguimiento a todos los partidos de la Comunidad Valenciana, conexiones con ayuntamientos, con centros de datos, los propios sondeos que hacía FORTA, la interpretación de esos sondeos en clave autonómica.

El personal de una noche electoral se aproximaba a las 500 o 600 personas, solo en un ejercicio electoral. Una noche electoral es un programa de una envergadura enorme, sobre todo porque sólo ocurre durante un día y tiene una preparación de dos meses.

**¿Cuántas conexiones en directo y dónde se ubicaban para unas elecciones locales y autonómicas?**

En las capitales de provincia y en todos los ayuntamientos que eran capital de comarca había un dispositivo de directo. Cada ayuntamiento tenía su enlace, cada colegio electoral, cada sede de partido político por pequeño que fuera, ambiente en la calle. Se hacían multitud de conexiones.

**En cuanto a la cobertura de Fallas, ¿en qué consistía y qué ámbito geográfico se cubría?**

No sólo en Fallas, sino incluso la semana antes de Fallas en los informativos se hacía un recorrido por las fallas de Torrent, las fallas de Gandia, Benicarló, Benicasim, las fallas de Benidorm, Elda, y Dénia. Y con las procesiones de Semana Santa igual. Se intentaba tener una muestra representativa. Además se retransmitían todas las *masquetás* de la Plaza del Ayuntamiento de Valencia.

En la retransmisión de una *mascletà*, Canal 9 hacía un despliegue excepcional que atraía a la audiencia porque permitía ver en una *mascletà* los puntos de vista de 11 cámaras. Once cámaras manejadas, realizadas, producidas, personalizadas con puntos de directo, trabajadas con un esquema de guión, con el conocimiento de algo que se estuvo haciendo durante muchos años.

Para el programa especial de la *Cremà*, por ejemplo, nosotros alquilábamos un helicóptero, que costaba 3000 euros. Parecerá un derroche pero se cuantificaba el gasto y el beneficio. Durante dos horas el helicóptero recorría las cinco fallas principales, daba planos espectaculares que hacían que más del cincuenta por ciento de los valencianos se pusieran delante del televisor. Y se traducían en que el patrocinador del programa quisiera estar presente año tras año. No era necesario buscar el patrocinador porque eran ellos quienes acudían a nosotros.

Algo similar ocurría con la retransmisión de la Ofrenda. No se escatimaba en un evento que empezaba a las cuatro de la tarde y acababa a las tres de la madrugada, porque respondía al espíritu de proximidad que se buscaba, al espíritu de hacer comunidad que se quería, porque era un evento seguido, más en Valencia que en Alicante y Castellón, pero seguido en masa, casi como un partido de fútbol. Evidentemente se ponían todos los medios. Se intentaba, de un año para otro, innovar, ofrecer planos distintos, aspectos que no se habían enseñado con anterioridad. Se trataba de mejorar año tras año el guión de una retransmisión que llevabas haciendo muchos años. Era el espíritu que había en Canal 9 y ahora se ha perdido. Llegó un momento en que Canal 9 era una familia. Cuando trabajas con profesionales con los que llevas trabajando décadas todo el mundo sabe quién es quién, qué se puede esperar de cada uno, con una mirada el compañero entiende lo que necesitas o lo que vas a hacer en ese momento. Y eso se notaba sobre todo en esos eventos especiales.

### **¿Cómo era un dispositivo tipo para la Lotería de Navidad?**

Nosotros ubicábamos puntos de directo en administraciones de lotería de las tres provincias, se elegían distintas ubicaciones para vivir la jornada: un bar, un almacén de naranjas, una fábrica de bolsos o un polígono industrial. La cobertura del sorteo de Navidad implicaba un despliegue en las tres provincias de la Comunidad, con dispositivos móviles de enlace establecidos en zonas estratégicas para que cuando saliera el Gordo o

un premio importante pudiéramos ser los primeros en llegar. No sólo para ti, sino también para ofrecerlo con inmediatez al dispositivo común de FORTA.

**¿Existía algún tipo de colaboración entre Canal 9 y la delegación territorial de Televisión Española?**

Con Aitana nunca hubo un contrato escrito, pero sí existía un convenio no escrito pactado oralmente entre directores generales, por el cual se colaboraba si era necesario. Había una colaboración de mutuo acuerdo sin intercambio de dinero. No siempre se ha dado todo ni por una parte ni por la otra. Canal 9 no siempre se ha negado a dar temas a la FORTA o a cualquier otra televisión. En ocasiones también ha sucedido al revés. Pero así como con otras cadenas se establecía un protocolo para la compra y venta de temas, en el caso de Aitana, salvo cuestiones concretas, siempre ha habido una cooperación mutua de facto sin intercambio de dinero.

**¿Era el informativo de Aitana competencia directa del informativo de Canal 9?**

No. Nunca. Aitana no era competencia pese a que emitía en la misma franja horaria que el informativo de mediodía. Nunca fue un obstáculo a nivel competitivo, pese a que arañaba un tanto por ciento de audiencias.

**Usted entra en TVV procedente del Centro Territorial de TVE en la Comunidad Valenciana. ¿Cómo recuerda aquella transición?**

Aquella Aitana fue, sin duda, el germen del primer Canal 9. Aitana tenía una estructura de cincuenta personas y ofrecía una emisión diaria de una hora, de lunes a viernes. Emitía de 14 a 14:30 horas un programa de entretenimiento y de 14:30 a 15 horas un programa de información comarcal y de las tres provincias de la Comunidad, pero claro, muy esquemático. Era un esquema muy clásico de hacer televisión.

Aproximadamente dos años antes de comenzar a emitir Canal 9 el proyecto ya estaba en marcha. Había que diseñarla, construir la sede, dotarla. Y Amadeu Fabregat fue quien se ocupó, con buena parte de la plantilla que tenía en el centro territorial de Televisión Española, de poner en marcha el nuevo proyecto de televisión autonómica. Para los que llegamos de Aitana, Canal 9 era mágico. El cambio que supuso para nosotros fue rotundo. En Aitana había un camerino, en Televisión Valenciana 12; en Aitana había un plató

pequeño para hacer de todo de apenas 200 metros, en Canal 9 en cambio había cuatro y sólo uno de ellos ocupaba 800 metros; en Aitana había dos técnicos que hacían de todo frente a 80 en Canal 9 con tareas definidas. La diferencia entre la dimensión del centro territorial y el centro de producción de Canal 9 era tremenda.

Aitana era un centro territorial cuyo principal objetivo era servir como corresponsalía de Madrid. Tenía exactamente la misma función que en Canal 9 se asignó después a los corresponsales comarcales. O nos encargaban temas desde Madrid o éramos nosotros quienes ofrecíamos un menú de asuntos previstos en agenda, o noticias de alcance que suscitaran el interés informativo. Básicamente servía para dar cobertura al deporte, a los actos institucionales más importantes o al suceso del día. Había que cubrir media hora de informativo local con todas estas cosas. Mucha exposición, vídeos muy largos. Ni se planteaban hacer piezas de cincuenta y cinco segundos; se estiraban las noticias hasta tres minutos para poder abarcar esa media hora. Realmente no había volumen humano ni técnico para sacar adelante media hora de informativo al día. Era un centro territorial que nutría a Madrid de noticias. No estaba preparado para fabricar media hora de televisión informativa al día.

El cambio para nosotros fue bueno en el sentido de que estábamos acostumbrados a trabajar con pocos medios y a depender de lo que manda Madrid. Y el ciudadano lo vivió muy bien. Era la primera vez que no veía la Comunidad Valenciana en televisión porque llegaban los madrileños o los de San Sebastián a Cullera a pasar las vacaciones. A partir de 1989 la gente empezó a escuchar la televisión en valenciano. Aitana en aquel momento emitía un 90 por ciento de la escasa programación que tenía en castellano. Con la llegada de Canal 9 los ciudadanos de la Comunidad comienzan a escuchar el valenciano en televisión, en los informativos íntegramente y también en algunos programas culturales o de entretenimiento, y empieza a ver la Comunidad Valenciana en el día a día: ver la Albufera, o ver una calle de Valencia o de cualquier otra localidad, o cualquier paisaje y a sus gentes. La programación de aquellos primeros años se centró mucho en lo que se entendía que el espectador quería: conocer su tierra, costumbres, oficios, pasado histórico... Al principio se hizo mucha comunidad. El ciudadano estaba ávido de ver su territorio y sus habitantes. Había una convicción de los trabajadores y de los espectadores de que se estaba haciendo comunidad. Estabas trasladando a la gente cosas que ni tú mismo sabías hasta ese momento.

Hay que tener en cuenta que en aquel momento no había ninguna referencia. La única referencia que existía era Televisión Española. Visto desde el siglo XXI puede parecer extraño pero hace 25 años se hacía una televisión muy clásica, muy pública (en el sentido de que sólo producía televisión española) y esos primeros seis o siete años de Canal 9 había una vocación pública tremenda. Se mostraba lo que se creía que hacía país, que hacía comunidad, con muchos medios, con mucho entusiasmo, con una plantilla muy joven de personal.

Tras aquella primera etapa de seis o siete años, hubo otra etapa de ocho años, Las televisiones privadas ya estaban consolidadas y habían dado un nuevo enfoque de lo que era la televisión. Canal 9 comenzó a desembarazarse del corsé de lo público; los índices de audiencia se convirtieron en prioridad y empezamos a hacer otro tipo de programas para mantener la publicidad y que la televisión autonómica no se quedara atrás. De esta manera, el 90 por ciento de servicio público que había primado en un principio, decayó. El carácter público se concentró en los informativos y se apostó por ellos para enseñar la Comunidad. Es un momento de muchas inauguraciones. Canal 9 apuesta por eso y empieza a entrar en un terreno que no domina.

Después de los primeros 15 años de emisiones, la televisión valenciana empieza a perder fuelle. Yo creo que se ha demostrado que del 2008 al 2013 fue el declive absoluto. Pero cerrar la ventana informativa, cultural, visual de la Comunidad me parece impensable. La Generalitat había acordado aportar una subvención de 62 millones anuales y Canal 9 debía ceñirse a ese presupuesto. El planteamiento se parecía mucho al del inicio en el 89: se programaba sólo aquello que podía pagarse. Cuando la Generalitat decide rebautizar la cadena, aportar un presupuesto y establecer unos objetivos, el planteamiento era bueno; lo malo fue hacer un ERE sin criterio.

¿Volverá otra televisión? Espero. Y espero que con los mismos planteamientos: cercanía, enseñar a la gente lo que no te enseñan las televisiones nacionales, no tener una ambición de televisión nacional o incluso de proyección internacional. Lo primero es lo que está dentro de las aguas y de las tierras de la Comunidad Valenciana.

## **¿Y cómo describiría el panorama de la televisión pública en la Comunidad Valenciana tras el cierre de la cadena autonómica?**

La Aitana de ahora es, con treinta personas, lo que era antes el centro regional. Su prioridad es tener aquello que Madrid les pida. Y además de eso, con los medios y el material con que cuentan hacen 28 minutos de desconexión al día. Pero ellos son una unidad informativa de Madrid. El centro territorial de Televisión Española ahora, aunque estamos en el siglo XXI, sigue funcionando con el mismo criterio de los años 80, exactamente el mismo. Están aquí para servir a nivel nacional las noticias de la Comunidad Valenciana que tengan interés nacional, político, económico, cultural o en general informativo. Eso no ha cambiado.

Yo, por ejemplo, como espectador, y como ex trabajador, cuando hay una ola de frío, intuitivamente pongo la televisión porque quiero ver Morella nevada o la Tinença o Alcoy. Eso no lo ves. Ves, tan sólo, si esa nieve ha causado problemas en un pueblo de Castellón. Entonces salen siete segundos en un espacio nacional en cualquiera de las cadenas nacionales, no en todas. O a modo de titular: se cae una casa en Alcoy por la nieve, o quedan aislados los caballos de Castellfort por una gran nevada, o han caído centenares de litros de agua en Elda y han inundado 20 bajos. Por eso sale Elda en televisión. Antes Canal 9 contaba el suceso, pero también que Elda tiene zapatos, que hoy ha lucido el sol. Mientras funcionó el canal 24 horas se emitían 24 horas de información, una sobre otra, siempre la misma, es verdad, actualizada, remozada o retocada a lo largo del día, pero hubo momentos en que Televisión Valenciana estuvo emitiendo simultáneamente información en tres canales. Había informativos para sordos, se ha peleado por ser próximo y por contar el día a día de la Comunidad. Hoy por hoy la proximidad que se da en la Comunidad Valenciana no es ni el 5 por ciento de lo que se daba antes.



## **18. JULI ESTEVE**

*Juli Esteve fue, desde 1989 a 1995, el primer coordinador de informativos de Televisión Valenciana. Ha sido delegado de TV3 en la Comunidad Valenciana. Trabajó en el diario Avui y en Noticias al Día. En la actualidad dirige la productora Infotelevisión. La entrevista se realiza en Valencia el 23 de enero de 2015.*

**«Desde el punto de vista de la información de proximidad, el cierre de Canal 9 es un desastre porque se ha cerrado un medio que forma parte del mundo de los afectos de los valencianos»**

### **¿Cuál fue su función en Televisión Valenciana?**

Yo me incorporé a Canal 9 en mayo de 1989. Venía de trabajar en el diario *Avui* de Barcelona, y me hice cargo desde el principio de la coordinación de informativos hasta el 95 en que la victoria del Partido Popular, la victoria de Eduardo Zaplana significa en aquel momento un final de etapa en el que yo no quiero estar. Dos días después de las elecciones acepto otra oferta de trabajo. Hasta ese momento, yo participo en el diseño de los informativos. Del resto de la casa yo podía tener información pero no participaba del diseño.

### **El lema de la BBC es ética i calidad, ¿cuál era el lema de Canal 9 en 1989?**

La idea era crear por primera vez un medio de comunicación que llegara a todos los valencianos, hacer comunidad, interrelacionando y comunicando ciudadanos para fortalecer una conciencia de «ser valencianos» que en aquel momento era débil en una gran parte del territorio. En Valencia y su entorno todo el mundo se siente valenciano, pero a medida que te vas alejando, el hecho de que desde principios del siglo XVIII no haya habido una autoridad que gobernara todo el territorio, la división provincial, había creado, y aún continua, una debilidad de la conciencia de pueblo y, de alguna manera, el proyecto también pretendía acabar con eso.

**Usted fue el coordinador que puso en marcha los primeros informativos de Televisión Valenciana, ¿qué querían ofrecer a los ciudadanos de la Comunitat?**

Por lo que respecta a la información el objetivo era más ambicioso aún. Se pretendía informar a todo el territorio valenciano de todo lo que pasaba en el territorio valenciano y se pretendía también informar, por primera vez en valenciano, de todo lo que pasaba fuera del territorio valenciano. Esa era una novedad, y hacerlo desde aquí también lo era, porque aunque en aquel momento Aitana ya informaba en valenciano lo hacía de manera casi anecdótica, y no daba información de España, y mucho menos del mundo, hecha desde aquí y en valenciano. Nosotros la hacíamos desde aquí y en valenciano.

**Informativo generalista, de proximidad, en clave autonómica... ¿cómo describiría los informativos que diseñó?**

Intentábamos abrir mucho el espectro y recogerlo todo. Se trataba de tener. Yo venía del mundo de la información comarcal, como muchos de los periodistas de mi generación. Y sabíamos de la importancia que tenía hacer que esa información de los pueblos, de las ciudades, de las comarcas, llegara a todo el conjunto del país. Había información autonómica, había información de España, había información del mundo y no nos conformábamos con la información de agencia. Desde el primer día, desde el 9 de octubre del 89, una de nuestras obsesiones fue estar allá donde sucediera algo importante, fuera donde fuera, enviar un equipo y hacer llegar desde allí crónicas con normalidad, como hacía cualquier otra televisión. En aquel momento tomamos como referencia el trabajo de TV3. El planteamiento era: si ellos lo hacen, se puede hacer, hagámoslo. Es cierto que al principio fue complicado porque estábamos comenzando. Pero más tarde, cuando adquirimos la experiencia ya pudimos, incluso, organizar coberturas conjuntas con TV3 u otras televisiones autonómicas.

**Para llevar adelante aquellos objetivos, ¿de cuántos medios humanos y técnicos disponían?**

La primera plantilla fue de 32 periodistas. Junto con ellos, había 3 productores, 3 auxiliares de producción y 12 cámaras, distribuidos todos entre los turnos de entresemana y fin de semana. Eso fue así durante los primeros seis meses, en que se emitió sólo un informativo diario, en la franja nocturna. Pero eso duró poco. En la primavera del año 90 comienzan a emitir las televisiones privadas y nosotros queríamos contar con un

informativo en la franja del mediodía para poder competir con las nuevas cadenas. Cuando pusimos en marcha la primera edición se hizo una ampliación de plantilla. También se incorporan, contratados, periodistas expertos en determinadas materias. Por ejemplo, se contrata a Vicent Palací porque era especialista en economía, o Paco Escriche, que venía de atender el mundo de las comarcas en un periódico, como experto en información comarcal. La plantilla fue creciendo al ritmo al que iba creciendo la casa. Al final de los primeros seis años en Canal 9 había 400 profesionales en plantilla y 200 eventuales.

**Por supuesto, la actualidad marcaba el informativo pero a la hora de diseñar la escaleta, ¿cómo hacían para conseguir que el informativo fuera fiel a los principios de creación del Ente?**

El hecho de contar con un informativo de mediodía nos dio mucho margen de maniobra porque el informativo de mediodía comenzaba a las dos y duraba una hora. El de la noche siempre duró, al menos mientras yo estuve allí, media hora. Evidentemente en un informativo de media hora por la noche has de ceñirte a la selección de noticias del día. La redacción estaba distribuida en áreas temáticas que pretendían atender la actualidad del día. De alguna manera, la decisión sobre qué distribución de tiempo había para las noticias según las áreas estaba determinada no sólo por la actualidad del día sino también por el número de redactores asignado a cada área. En internacional había tres personas, en nacional, otras tres, más la corresponsalía de Madrid. Con esos medios se podían elaborar tres noticias de un minuto en internacional y entre tres y cinco en nacional. Así se cubrían diez o 12 minutos. El resto del espacio se nutría de información valenciana. Porque de alguna manera, al menos el 60 o el 70 por ciento de la plantilla de redactores estaba dedicada a hacer información del territorio.

A mediodía abríamos a las dos con un sumario e inmediatamente después entraba toda la información valenciana. De manera que aunque fuera un tema de mucho peso, la información nacional e internacional había que darla en el segundo bloque del informativo, a partir de las dos y media o las tres menos cuarto.

El informativo de la noche, que era de alguna manera el de más audiencia del día, se estructuraba siempre en función de la importancia de la noticia, intentando primar los temas valencianos. Sin embargo, no nos resultó fácil al principio mantener estas

estructuras porque durante los años 89 y 90 el mundo estalló. Apenas un mes después de abrir Canal 9 cae el muro de Berlín y durante tres meses, uno tras otro, van cayendo los diferentes países del bloque soviético. Luego, el fusilamiento de Ceaucescu en Rumanía. Poco después estalló la primera Guerra del Golfo. Y en todos esos hechos hay presencia de Canal 9, los informativos estábamos allí con enviados especiales. Podíamos abrir por primera vez en la historia valenciana informativos con temas de internacional contados en valenciano. Esa era una gran novedad. Cualquier espectador de aquellos informativos veía que su lengua valía para hacer una pregunta a Helmut Kohl, como se le hicieron. Y que el hecho de estar contando en valenciano cosas que hasta ese momento sólo se contaban en castellano para el espectador era también una manera de prestigiar la lengua. Porque sí había una idea de país, un objetivo y una idea clara.

### **¿Qué peso tenían las comarcas en los informativos?**

La información de comarcas aportaba algo que no podía aportar la información más institucional. Era aire libre, ausencia de moqueta, la posibilidad de mostrar paisajes, paisajes rurales, pero también paisajes humanos, menos contaminados por la sociedad moderna. Además también teníamos la vocación de cubrir territorio. Lo que pasaba a 200 kilómetros también nos interesaba. Cuando se generaba una noticia en Zorita del Maestrat, más allá de Morella, a 200 kilómetros de Valencia, resultaba muy atractivo. Además del interés periodístico de la noticia, el simple hecho de mostrar imágenes del pueblo añadía otro interés: era una manera de dar visibilidad mutua. Por un lado, que ellos supieran que eran valencianos y que aquí importaba lo que pasaba allá. Por otro, que la gente de aquí estuviera informada de que aquello también era territorio valenciano, que ellos tenían derecho a contar las cosas que pasaban allí y que aquí teníamos derecho a saberlo.

### **¿Cómo se diseñó la red de corresponsales comarcales y cuál era su función?**

La red de corresponsales fue muy importante. Mis inicios están en la información comarcal. Y ya en el «Notícies al dia» yo había participado en la creación de una red de corresponsales comarcales. En Canal 9 hicimos lo mismo. Unos eran gente que conocías, gente que trabajaba para diarios y te merecía confianza, por ejemplo Vicent Soriano en Xàtiva, o Xavier España en Alzira. En otros casos tuvimos que buscarlos, gente que contaba con una cámara y podía cubrir la información de la comarca. Y lo conseguimos,

porque finalmente todo el territorio tenía un corresponsal en cada capital de comarca. Apareció gente tan interesante como Casamayor, en Requena y muchos otros que resultaron ser grandes profesionales. Los corresponsales aportaban una proximidad y un conocimiento del territorio que de ninguna manera se podía tener desde Valencia. Creo que fue una buena decisión. Primero había un espacio específico para la información de comarcas. Después esa información se incorporó al informativo, sobre todo al del mediodía, que duraba ya desde las dos hasta las tres y media y tenía espacio para todas esas noticias. Fue una experiencia muy interesante porque nunca se había hecho algo así. Fue algo por lo que se apostó desde el principio, que no se había hecho nunca y que fue un acierto. Paco Escriche se incorporó ya, antes de comenzar las emisiones, con esa idea de poner en marcha un informativo de comarcas. Y prácticamente desde el segundo día de emisiones ya teníamos un informativo comarcal.

**Usted acuñó el término “dispositivo de gota fría”. ¿Qué caracterizaba un “dispositivo de gota fría”?**

Ese es un mito. Yo recuerdo audiencias espectaculares una noche en que el río Segura estaba a punto de desbordarse en Orihuela. Obviamente teníamos allí un equipo cubriendo el tema. El agua estaba a tres dedos de salirse del cauce. Aquello era una noticia y generaba información, atención ciudadana y había que estar presente, pero sin exagerar, sin crear alarma. Claro que era importante atender una situación de gota fría y estar en alerta y ver dónde podías enviar los equipos. Había que informar pero sin alarmar.

El clima mediterráneo genera situaciones de riesgo y de incerteza. Por tanto, aquí el tema interesa porque todos tenemos muchas malas experiencias al respecto. Todos los valencianos tienen en la memoria la gran riada de Valencia del 57, y las dos riadas reincidentes en el barranco de Torrent y el barranco de Carraixet, y las dos riadas del Xúquer del 82 y del 87. Y como éstas, hay un largo historial de inundaciones más o menos recientes que hace que la gente tenga memoria histórica. Y además de eso está la base agraria que tiene este país. Hoy la tierra no da nada pero la mitad de los valencianos son hijos o nietos de labradores. Ese recuerdo de la tierra, la importancia de ver el cielo, si llueve o no llueve, si hiela o no hiela, eso continua teniendo mucho seguimiento.

### **¿Qué papel se otorgaba a las conexiones en directo?**

La complejidad de los directos en aquella época explica que no se hicieran demasiadas conexiones. Sólo cuando había una gran noticia se hacían, si no, no podías, porque técnicamente no existía esa capacidad de reacción inmediata.

### **El planteamiento de proximidad lo llevaron ustedes también a la información nacional e internacional. ¿En qué se tradujo aquello de “valencianizar” la información?**

Desde luego había una clara voluntad de «valencianizar». Nunca un medio de comunicación valenciano había tenido una delegación en Madrid. Como mucho habían tenido un corresponsal que aportaba alguna crónica porque aquí la información de España siempre se había hecho a través de agencia. Estábamos rompiendo moldes. También es verdad que éramos el medio de comunicación que más medios económicos tenía para poder hacer eso y los utilizamos para poder convertirnos indiscutiblemente en el medio de comunicación más importante, más fuerte, más potente, con más redactores que nunca había tenido nuestro país<sup>85</sup>. Había que aprovechar esos recursos y se aprovecharon. Nunca se habían hecho coberturas internacionales como las que hicimos en aquella época. Durante la cobertura especial que se hizo en la primera guerra del Golfo teníamos simultáneamente cinco equipos de enviados especiales repartidos por todo el mundo. Aquello era un hecho sin precedentes en la Comunidad. Hablo del día a día. Teníamos un corresponsal en Bruselas que cada día enviaba una crónica. Y raro era el día en que no había algún enviado especial en la cobertura de las elecciones de algún país americano, la cobertura de las elecciones estadounidenses, por ejemplo. Recuerdo que en el Caucus que el partido demócrata organiza en Des Moines, y que supondría después la elección de Clinton como candidato, había un periodista de Canal 9. Eso tenía sentido. Porque pretendíamos prestigiar el informativo y creíamos que una manera de prestigiar el informativo era hacer buena información nacional e internacional.

---

<sup>85</sup>Referido a la Comunidad Valenciana

**¿Cuál cree que fue el efecto que ese planteamiento «valencianizador» tuvo en el espectador?**

Yo no vi nunca ningún estudio de opinión sobre la cuestión y estaba tan volcado en el trabajo que tampoco noté en ese momento qué sensación tenía la gente por la calle, o en mi entorno. Yo creo que la gente se sorprendió. En aquella época los informativos eran de mucha calidad. Pasaba lo mismo con los informativos de TV3 o TVE. Para lo que la gente se esperaba y a lo que la gente estaba acostumbrada, fue una revolución. En poco tiempo conseguimos acostumbrar a la gente a que la información podía hacerse en valenciano. Y comenzó a ocurrir con toda normalidad que preguntases a una persona en qué idioma había escuchado una noticia y no supiera decírtelo porque ya no se reparaba en la diferencia. El valenciano estaba integrado. Y lo estaba gracias a la información en valenciano. La información del tiempo también hizo mucho en ese sentido. No hablo de la información que generaba el tiempo sino de la información meteorológica específica. Tampoco se había hecho nunca información meteorológica para todo el país y en valenciano. Era toda una novedad aunque era una fórmula que sabíamos que funcionaba. El programa de *El Temps* de TV3 era ya un programa de referencia, había hecho escuela y había conseguido que mucha gente se enganchara a la información meteorológica de calidad. Nosotros intentamos hacer eso mismo y mucha gente lo seguía con asiduidad. El *share*, minuto a minuto, demostraba que era un espacio que tenía muchísima audiencia. Y pasaba lo mismo con la información del campo.

**En el ámbito de la información deportiva, ¿cómo tradujeron ese objetivo de «valencianización»?**

En el ámbito de los deportes, Canal 9 puso en el mapa la *pilota valenciana*. Y se hizo con absoluta normalidad. Los aficionados estaban encantados y los no aficionados impresionados por la belleza plástica del deporte. En aquella época además teníamos la suerte de contar con un mito vivo, Paco Genovés. Recuerdo la final histórica entre Genovés y Álvaro. Genovés había ganado todo y era la última vez que trataba de hacerlo. Fue una partida igualadísima pero finalmente ganó Paco Genovés y la emoción de la gente fue impresionante. Aquello hacía afición y Canal 9 estaba allí.

El mundo del fútbol tenía una audiencia mucho más mayoritaria, como es lógico, pero sí conseguimos en aquella época tratar con absoluta normalidad a todos los equipos

valencianos. Evidentemente el Valencia CF era el primer equipo de nuestro país y eso nos obligaba a darle un tratamiento algo más especial porque era el que generaba más partidos internacionales, el que competía más en competiciones europeas y todo lo que le pasaba al Valencia CF era más seguido y tenía más trascendencia. Pero también hicimos algo que hasta ese momento no se había hecho: hacer retransmisiones deportivas en valenciano. Sin necesidad de comentaristas en castellano, que después tanto se ha buscado, que hubiera una mezcla. Pero no hacía ninguna falta.

**Otra novedad en los contenidos informativos fue la información electoral, sobre todo la cobertura de las noches electorales autonómicas. ¿Cómo diseñaron aquellos programas?**

Eso sí que no se había hecho nunca y no sabíamos cómo hacerlo. Y como en tantas otras cosas nos guiamos por la experiencia de otras televisiones. Las noches electorales se diseñaban apoyándose en tres pivotes distintos. Uno era el estudio, desde donde tenías la información de los comentaristas y tenías la información que generaban los gráficos y la redacción en cuanto al seguimiento de datos electorales y opiniones que estos generaban. El segundo eran los propios enlaces que cubrían las diferentes sedes electorales en Valencia. Y por último estaba la FORTA, que fue también una novedad importante para nosotros, porque FORTA suministraba a través del intercambio, imágenes y noticias de toda España, no sólo de Madrid y conseguir ir escogiendo y dar salida a todo ese panel de imágenes e informaciones que llegaban era un trabajo complejo que generaba un sobre esfuerzo agotador. Era mucho tiempo de emisión, generaba mucha tensión, mucha complicación técnica, mucho trabajo y cuando los medios no son tuyos y dependes de los demás a veces es complicado.

Las elecciones autonómicas del año 91, que fueron las primeras que se hicieron, fueron un auténtico reto. Y creo que se cubrió con buena nota. Es cierto que no teníamos competencia porque ninguna otra televisión estaba dando información de las elecciones autonómicas desde la perspectiva que la dábamos nosotros. La única comparación posible era con la información que habían visto en otras ocasiones en Televisión Española. Aun así el reto era importante.



**Por lo que se refiere al idioma, ustedes tuvieron que definir un estándar que, sobre todo en algunos ámbitos concretos (deportes, meteorología, campo) ni siquiera existía entonces. ¿En qué medida el uso del valenciano supuso una novedad para el telespectador valenciano?**

Se hizo un trabajo importante en ese sentido y además un trabajo que no era fácil, porque la televisión es un medio de comunicación de masas, has de dirigirte al público, de manera que el espectador no puede quedarse pensando en determinada palabra mientras se pierde el resto de la noticia. Ello nos obligaba a un esfuerzo continuo de «pacto» con la ortodoxia de la lengua sin olvidar que se habían de contar las cosas de manera que se entendieran. Hubo muchas polémicas por este asunto con los lingüistas, tratando de utilizar un valenciano que se entendiera y que fuera correcto al tiempo. Te pongo un ejemplo: «barco». «Barco» es una palabra de las más polémicas que ha tenido el catalán, tanto en Cataluña como aquí. Había lingüistas partidarios de utilizar esa palabra y otros que no lo eran. «Barca» sí es una palabra valenciana, «barco», podría serlo, pero según el lingüista que estuviera trabajando en cada momento podía o no estar cómodo con ella. En esos casos, teníamos que pactar. Los lingüistas proponían «vaixell», pero «vaixell» es una palabra que la gente, en general, no conocía. Lo que hicimos más de una vez fue utilizar el término pero acompañado de la imagen de un barco y con la frase «este vaixell que tenen en imatge...» De este modo cumplíamos dos funciones: no había ninguna confusión posible, porque la gente veía claramente que aquello era un barco y al tiempo le estabas contando a los espectadores que barco también se dice «vaixell». De este modo creamos estándar y con muchas palabras convertimos términos casi desconocidos en palabras de uso habitual. Quizás no puede decirse eso de esta palabra porque se ha acabado sustituyendo por *embarcació*. Pero, como éste, hay muchos otros ejemplos. En ocasiones, teníamos que utilizar palabras poco conocidas, tanto en castellano como en valenciano, porque eran técnicas y había que adaptarlas al lenguaje audiovisual. Otras veces se trataba de palabras valencianas poco conocidas porque habitualmente los valencianohablantes utilizaban una palabra castellana en su lugar. No utilizamos nunca palabras castellanas. Tuvimos que ir encontrando la manera correcta de decir las cosas. En el ámbito de las corridas de toros, por ejemplo, hubo que hacer un trabajo importante de adaptación porque había palabras que pertenecían al lenguaje taurino, que es un lenguaje muy específico, y no siempre había un término correcto en valenciano para traducir. Por ejemplo, llamar al burladero *enganyador*, que es como se decidió decirlo, fue un buen

hallazgo. En ese ámbito hubo un trabajo muy importante de los lingüistas para buscar soluciones.

Y en el mundo del fútbol lo mismo. Una de las cosas que descubrimos desde el principio fue que el valenciano hablado lo entendía todo el mundo. La información en valenciano y los partidos en valenciano se seguían con normalidad y masivamente en las comarcas castellanohablantes en contra de todos los pronósticos. Mientras la escuela no había conseguido normalizar el valenciano, la televisión lo logró. El único territorio donde no se consiguió esa normalidad fue en la ficción. En todo caso todo ello sirvió para hacer muy normal la presencia del valenciano en televisión.

### **¿Noticias 9 suplía, eclipsaba, duplicaba a Aitana?**

Ni la suplía ni la eclipsaba ni la duplicaba. La potencia con que los informativos de Canal 9 entraron en el mundo audiovisual valenciano, en cuanto a recursos, en cuanto a vocación de hacer información, sirvió para que las audiencias fueran imparables y las coberturas no tuvieran comparación posible. En realidad tampoco nos preocupaba Aitana. No eran competencia. Ellos tenían una audiencia mucho más baja, muchos menos recursos. Y no estábamos demasiado pendientes de lo que hacían ellos. Ellos tenían poco tiempo de emisión, emitían apenas 20 minutos al día, con poca gente, pocos recursos. El centro territorial de Televisión Española en Valencia nunca ha estado bien dotado y eso ellos lo sufrían.

### **En lo que se refiere a la información de proximidad, ¿cuáles cree usted que son las consecuencias de la desaparición de los informativos de Canal 9?**

Así como en aquel tiempo yo tenía poco contacto con la calle, ahora tengo mucho. Puedo decirte que en los pueblos valencianos el impacto fue tremendo. La gente de repente se quedó sin una compañía diaria y cotidiana, tanto de los informativos como del resto de programación. Y eso es algo que no tiene nombre. Porque las audiencias estaban bajas en general, pero en los pueblos la audiencia era más alta. Y esa gente se ha quedado desasistida. Otra cosa son las razones por las cuales se llegó a audiencias tan bajas desde audiencias superiores al 20 por ciento, con todas las cadenas privadas ya abiertas. Yo he oído comentarios de gente que decía: ahora qué hacemos. Hay mucha gente que continua muy enfadada todavía porque están desorientados. El canal de información que tenían lo han perdido. Estamos hablando de toda una capa social de gente que tiene de mediana

edad en adelante, que no tiene internet, que no compra los periódicos y que estaba acostumbrada a ver las noticias en televisión y era su canal de referencia. Y eso ha desaparecido. Desde el punto de vista de la información de proximidad, el cierre de Canal 9 es un desastre porque se ha cerrado un medio que forma parte del mundo de los afectos de los valencianos.

**Y como ciudadano, más allá de su ámbito profesional, ¿qué percepción tiene de la información de proximidad que los valencianos han tenido en la televisión pública tras el cierre de la cadena autonómica?**

Yo no la sigo. Profesionalmente estoy muy ocupado y no estoy siguiendo la información por televisión. Ojeo internet, los titulares esenciales y poco más. Pero la sensación que yo tengo es que la sociedad valenciana se ha quedado huérfana. Hay un agujero de mercado importante, incluso desde el punto de vista comercial. Cuando yo salí de Canal 9, TV3 me contrata con la intención de hacer una desconexión porque había un mercado a cubrir. Nunca se hizo esa desconexión. Pero ese mercado existe. Cuando nosotros lanzamos *Infotelevisión*, como canal independiente de noticias, lo hacemos con la idea de cubrir un territorio que es el de la información con vocación de televisión pública, que Canal 9 no estaba atendiendo en ese momento y la idea era hacerlo porque ninguno lo hacía y mucho menos en valenciano. Estoy seguro de que con unos medios correctos, con buenos profesionales y un diseño de gestión eficaz se podría cubrir el hueco y alcanzar rápidamente audiencias importantes.

**En el contexto de una realidad globalizada, ¿piensa que en estos momentos continúa siendo importante la información de proximidad?**

Sí, evidentemente. Pero además ésta es una costumbre que se autoalimenta. Si se comienza a informar a los ciudadanos de lo que pasa en su entorno, esa información cada vez les interesa más porque la encuentran más próxima. Si tú estás dando esa información que al ciudadano le ayuda a vivir mejor en su entorno y a sentirse más integrado, le estás creando una necesidad, una necesidad digna.

**Más allá de la información, ¿qué cree usted que aportaban los informativos de Televisión Valenciana a los ciudadanos?**

Creo que, a pesar de estos últimos 20 años lamentables en algunos aspectos, no en todos, buena parte de los objetivos que se tenían cuando comenzamos a emitir Canal 9 se han cumplido y se han consolidado. Y sólo una etapa de larguísima ausencia de una televisión autonómica podría desdibujar esos hitos conseguidos: la intercomunicación entre valencianos, el hecho de reconocernos como un territorio, esa sensación es más fuerte de lo que era antes y el hecho de considerar normal el uso del valenciano en el ámbito de la comunicación no hay ni que decirlo, eso es evidente.

Creo que estamos a tiempo todavía de revertir la situación actual porque en estos momentos no se ha producido aún ninguna consecuencia irreversible. Pero a la larga lo ganado se pierde.

**En la elaboración de cualquier presupuesto, hay partidas que se consideran esenciales (sanidad, educación, pensiones). En ese contexto, ¿cree que una televisión pública autonómica debe ser considerada un lujo?**

Si se hace una gestión razonable del gasto no es ningún lujo, al contrario es un servicio, y muy útil. Lo que no se puede es tener una televisión que cueste 250 o 280 millones de euros anuales, como ha llegado a costar. En el año 95, el último año que yo estuve en Canal 9, el presupuesto era de unos 75 millones de euros y no había deuda. Si se gastan en 20 años 4000 millones más de lo que se hubiera gastado manteniendo el presupuesto anterior, es que se está tirando el dinero. La justicia hablará sobre el tema, pero es evidente que se ha producido, no un despilfarro, sino un expolio. El presupuesto de la Generalitat es hoy muy superior al del 89, y yo creo que si a los valencianos se les pregunta si están dispuestos a pagar 10 euros más de impuestos al año para tener una buena televisión, la inmensa mayoría diría que sí. Creo que es sólo cuestión de ser razonable en el gasto.

**Para acabar, entramos en el terreno de la ficción. ¿Si mañana se pusiera en marcha otro *Notícies 9* y a usted le volvieran a ofrecer el mismo trabajo que hizo, le volvería a parecer ilusionante?**

Sin duda. Desde el punto de vista objetivo de ciudadano más o menos comprometido como yo me puedo sentir, y también desde el punto de vista más íntimo y personal. Una televisión pública valenciana, honrada, digna, profesional, plural, en valenciano hace mucha falta, como el pan que comemos. Se tiene que hacer. Y se hará. Estoy convencido de que pronto o tarde se recuperará. Evidentemente toda la experiencia de estos 25 años ha de servir para no repetir determinados errores.

Y desde el punto de vista personal, cuando participas como matrona en el parto de un medio de comunicación como aquel te sientes padre de la criatura para toda la vida, de un trocito, al menos. Desde el punto de vista de los sentimientos más íntimos, más personales, yo me siento de Canal 9. Aunque he estado muchos más años en TV3 o en *Infotelevisió*, yo soy de Canal 9 porque es el medio que contribuí a crear y en el que volqué horas, ilusión, ganas, entusiasmo, empuje...de todo. Y eso te crea un enganche afectivo que yo ahora mismo mantengo. Ni me planteo que eso pueda darse pero desde luego que sería ilusionante poner de nuevo en marcha una televisión como aquella y mejorada, con más recursos, con más experiencia. Porque hay aspectos de nuestra etapa que se han mejorado. Otros han empeorado pero algunos han mejorado.



## **19. MATILDE ALCARAZ**

*Matilde Alcaraz es periodista. Trabajó en Televisión Valenciana durante veintitrés años, entre 1990 y 2013. Durante ese tiempo desempeñó diferentes funciones dentro del departamento de informativos. Entre 2001 y 2008 dirigió el informativo de mediodía de Televisión Valenciana. Dirigió la sección de sucesos y trabajó como redactora en el programa Dossiers. La entrevista se realiza en Valencia el 25 de febrero de 2015.*

**«Conseguíamos que la gente del sur supiera lo que pasaba en el norte y que conocieran y descubrieran territorios vecinos que, tal vez, no habían tenido nunca tan cerca como cuando emitía Canal 9»**

**Durante los ocho años en que dirigió la primera edición de Noticias 9, ¿con qué medios humanos contaban para la elaboración del informativo?**

Aproximadamente, entre redactores, cámaras, productores, realizadores, montadores, y todo el equipo técnico, yo calculo que para el informativo de mediodía trabajarían unas 150 personas, incluyendo todo el equipo técnico del estudio y el personal necesario para las conexiones en directo.

**Generalista, de proximidad, en clave autonómica, ¿cómo calificaría el informativo que usted editaba?**

El informativo de Canal 9 era desde luego un informativo en clave autonómica. La información de la Comunidad Valenciana, la información de proximidad, era la que primaba. Desde luego, no olvidábamos las noticias de España y el mundo pero las contábamos en valenciano, como hecho diferencial e importante porque era el único medio que ofrecía esa posibilidad.

**La actualidad marcaba el informativo pero a la hora de diseñar la escaleta, ¿cómo hacían para conseguir que el informativo fuera fiel a los principios de creación del Ente?**

La actualidad no tiene por qué estar reñida con los principios de creación de Radio Televisión Valenciana. Hay que respetarlos en la medida de lo posible, y evidentemente así se intentaba. El principio de potenciar y promocionar la lengua estaba absolutamente cubierto porque los informativos de Canal 9 siempre se hicieron en valenciano. La separación entre información y opinión en la medida de lo posible también se intentaba. Siempre se identificaban las fuentes. La persona que hablaba siempre se identificaba. Se daba su opinión pero desde un contexto siempre informativo, no de opinión. Se intentaba respetar el pluralismo social, político, económico y, desde luego, la protección de la infancia cuando había menores involucrados en algún suceso. Y por supuesto, la vertebración del territorio era fundamental. Esa vertebración del territorio era la razón de ser de Canal 9. Se intentaba que los ciudadanos de la Comunidad Valenciana se sintieran reconocidos en su televisión, de norte a sur y de este a oeste y cubriendo todo el territorio. Hoy en día no hay ningún medio de comunicación que tenga ese objetivo de vertebración territorial. Los periódicos de Valencia, son de Valencia. Los periódicos de Alicante son de Alicante, y los de Castellón son de Castellón. Las radios tienen emisoras locales y las televisiones tienen una visión autonómica absolutamente menguada. No hay una ambición real de vertebrar la Comunidad Valenciana desde ningún medio de comunicación actualmente. Y menos de hacerlo en la lengua propia de esta comunidad que es el valenciano. El principio de vertebración era prioritario en Televisión Valenciana y creo que eso lo conseguía Noticias 9. Conseguíamos que la gente del sur supiera lo que pasaba en el norte y que conocieran y descubrieran territorios vecinos que, tal vez, no habían tenido nunca tan cerca como cuando emitía Canal 9.

**¿Qué peso tenía la información de proximidad en su informativo, se primaba frente a otras áreas?**

Por supuesto. A la hora de hacer un informativo la actualidad es la que manda, la dimensión del hecho es la que marca el orden en la escaleta. Pero en igualdad de condiciones, los asuntos de la Comunidad Valenciana tenían prioridad y se intentaba siempre abrir con ellos el informativo y darles más minutos que a la información de España y del Mundo.



*Comunidad Valenciana* era la sección número uno del informativo de Canal 9, *Comunidad Valenciana* entendida como la gran sección de sociedad y de actualidad de la Comunidad. La mayoría de medios se invertían en esa sección, tanto a la hora de hacer directos como a la hora de desplazar a personal al lugar a cubrir las informaciones. Desde la edición de informativos se intentaba que toda la realidad de la Comunidad Valenciana estuviera representada en el informativo de Canal 9. Siempre que se producía una noticia en un punto de la Comunidad se enviaba un equipo, estuviera en el Rincón de Ademuz o en la Vega Baja.

**Gota fría, ola de calor, jornada festiva... habría múltiples ejemplos de noticias que no se contaban con un solo vídeo sino que se cubrían simultáneamente desde varios puntos de la Comunidad Valenciana. ¿Qué aportaba esa multiplicidad de vídeos frente a la cobertura que podía ofrecer la desconexión de Televisión Española de un mismo asunto?**

No es lo mismo. Sin ánimo de infravalorar o menospreciar el trabajo de otros compañeros y otros medios de comunicación. Yo creo que la ambición que tenía Canal 9 a la hora de contar la actualidad de la Comunidad Valenciana no tiene nada que ver con la ambición que tiene Aitana. Creo que no tiene nada que ver. Desde el punto de vista profesional y analizando el informativo de Aitana, Aitana elabora un informativo a golpe de convocatoria, las noticias son las noticias que proporcionan las agendas informativas, la realidad que cuentan es la de Valencia y su área metropolitana. No van más allá. Nosotros teníamos también una ambición, cuando había que recoger opiniones, que fueran de pueblos diversos. Ellos están en Paterna o se desplazan a Valencia, y siempre hablan a los mismos, siempre oyes la misma manera de hablar. Nosotros intentábamos que todas las variedades del valenciano estuvieran representadas, que se oyera hablar en el valenciano de la Ribera, en el de Morella, en el de la Marina o en el de la Vall de Albaida. Y eso creo que también es importante, que se pueda escuchar la lengua en todas sus versiones. Si Aitana sólo obtiene testimonios en Valencia y su área metropolitana y los obtiene además en castellano, porque su ambición tampoco es informar en valenciano, lógicamente no se puede comparar.

Aquellas eran grandes coberturas informativas. Cuando había una gota fría, cuando había temporales de nieve, se montaban conexiones en directo desde los diferentes lugares donde había noticia, y se hacían diferentes vídeos de la misma temática, pero no con el

ánimo de repetir información. Si la gota fría había abarcado diferentes comarcas, se intentaba que esas comarcas estuvieran todas representadas con diferentes vídeos y diferentes conexiones en directo. El alcance informativo de un tema como la gota fría, por ejemplo, era amplio, diverso y se cubría con la ambición de que saliera el máximo territorio posible.

### **¿Qué peso tenían las delegaciones de Alicante y Castellón?**

Con ese ánimo de vertebración del territorio tenían mucha importancia las delegaciones, la gente que trabajaba en Alicante y la gente que trabajaba en Castellón. Sin las delegaciones no se hubiera podido hacer el informativo que hacíamos porque sólo se hubiera podido contar lo que pasaba en las comarcas de Valencia. Alicante y Castellón eran importantísimos. En Alicante, sólo para el informativo de mediodía trabajaban entre ocho y diez redactores. En Castellón entre cinco y seis. También tiene que ver, evidentemente con la cantidad de territorio que abarca cada una de las dos provincias.

### **¿Qué papel desempeñaban las corresponsalías comarcales en el informativo que usted editaba?**

Yo creo que eran fuentes importantes. Pero tengo la impresión de que nunca se llegó a creer de verdad que podía haber una gran red de corresponsales. No sé si se los motivó lo suficiente, si no se sentían bien recompensados económicamente. Ahí hay temas que a mí se me escapan. Pero creo que se habría podido trabajar más y mejor con los corresponsales. No tenía sentido que nos enteráramos de noticias de los pueblos por los periódicos. Si se hubiera cuidado más esa red de corresponsales, seguramente también habrían llamado los corresponsales para ofrecerte más informaciones de las que nos ofrecían. Lo que está claro es que no se puede hacer un informativo sin salir a la calle. Esa es una idea que yo siempre he defendido. Los periodistas no podían estar en la redacción, los periodistas tenían que estar en la calle, porque en la calle es donde pasan las cosas y donde puedes encontrártelas. Si estás encerrado en la redacción esperando a que lleguen las noticias a través de la pantalla del ordenador yo creo que estamos perdidos, y pienso que ese es uno de los grandes males del periodismo de hoy en día, que no se sale a buscar, que no se cuidan las fuentes y que no se habla con la gente, hay que hablar con la gente, porque la principal fuente de información es el pueblo.

**¿Cuáles eran las principales fuentes de información con que contaba el informativo?**

Fuentes policiales, económicas, sociales, políticas, culturales, diferentes departamentos, organismos oficiales o privados, y evidentemente las agendas de cada periodista y de los editores, convocatorias. Pero ese es un tema del que habría mucho que hablar. Yo creo que el tema de las fuentes no estaba bien trabajado. Un periodista ha de tener buenas fuentes, una buena agenda, y sobre todo, los ojos bien abiertos a lo que pasa a su alrededor para poder contarlo a los demás y ser esa correa de transmisión de la información. Has de saber ver para poder contar, y Canal 9 en ese sentido intentaba ser los ojos y la voz y los oídos de los valencianos.

**¿Por qué era importante desplazarse a un pueblo minúsculo, a doscientos kilómetros, para cubrir una información, que quizás no era una gran historia?**

Sí era una gran historia. Era una gran historia aunque estuviera a 200 kilómetros del centro de producción de programas de Burjassot. Precisamente por eso, porque si no, no lo contaba nadie. Qué otro medio iba a desplazar un cámara y un periodista a doscientos kilómetros para contar una realidad. No hay realidades grandes y pequeñas, todas las realidades son importantes. Y la gente de ese lugar, aunque estuviera a doscientos kilómetros de distancia, también era importante y también tenía que verse en su televisión. Y tenía que escuchar que hablaban de su pueblo, y que él, como vecino de ese pueblo, tenía la oportunidad de salir en su televisión, lloviera, nevara, hubieran robado en un banco, o les hubiera tocado la lotería. Era noticia, pero no porque pasaba a 200 kilómetros sino porque estaba pasando allí, estuviera a 200, a 300 o a 500 kilómetros. Había que ir. Y ese esfuerzo valía la pena. Y la gente se sentía muy recompensada cuando se veía en televisión. “Habéis venido hasta aquí. Nunca había venido una *tele*”. Cuantas veces habremos oído eso. Eso ahora me pone la carne de gallina porque todas esas personas se han quedado huérfanas, invisibles absolutamente. Ya no va nadie a llevar allí una cámara ni un periodista a contar lo que les ha pasado. Y a contarlo en valenciano.

**¿Qué papel se otorgaba a las conexiones en directo?**

Yo creo que muy grande. Las conexiones en directo permiten al informativo, y hoy en día cada vez más los informativos van en esa línea, contar las noticias desde el lugar en que pasan y cuando pasan. Muchas veces se cuestiona esta tendencia y se acusa a los informativos de ser información espectáculo, pero yo creo que sí hacen ese papel de

aproximarse al espectador. Cuando tú vas a un pueblo y la gente del pueblo ve que tú has desplazado allí la unidad móvil, ve al periodista, al que conoce de haberlo visto por televisión en otros sitios, allí, en su pueblo contando qué ha pasado, eso le da una dimensión enorme al hecho noticioso, la gente se siente estimada porque tú has ido a su pueblo a contar la noticia y se siente valorada por su televisión. Eso aún hoy a mucha gente le asombra y lo agradece. Eso lo hacíamos. Y me costó algunos enfrentamientos por contar muchas noticias en directo, porque evidentemente hacer ocho conexiones en directo en un informativo no es barato. Tiene un coste económico pero también te da muchas satisfacciones y muchos beneficios porque la gente lo valora y lo reconoce en audiencia y en valoración como medio de comunicación. Yo siempre le he dado mucha importancia a las conexiones en directo. Creo que son fundamentales. Después, desde allí se da paso a vídeos, se amplía la información, o se hace alguna entrevista, se cuenta lo que estás viendo en esos momentos, o se te tapa en imágenes, pero estás allí. El hecho de estar allí, en el lugar donde se ha producido la noticia y en el momento más aproximado, marca la diferencia.

**¿Llevaban ustedes el planteamiento de proximidad a la información nacional e internacional? ¿En qué se tradujo aquella expresión de «valencianizar la información»?**

Valencianizar la información era, en primer lugar, contarla en valenciano. Pero además, cuando se producían noticias de España y del mundo que podían contarse en clave valenciana, se hacía. Cómo: evidentemente si había valencianos afectados, se hablaba con ellos, y si esa noticia tenía repercusión para la Comunidad Valenciana o para algún sector productivo, económico o social valenciano, se hablaba de esas repercusiones. Normalmente se contaba desde Madrid o desde Bruselas (mientras tuvimos delegación en Bruselas), o desde la misma redacción en Burjassot. Hay montones de ejemplos. Si había un terremoto en Turquía y había valencianos afectados, intentábamos hablar con ellos, o si los camioneros franceses tiraban los camiones de fruta, se contaba cómo afectaba al sector productor valenciano. Son sólo ejemplos, pero durante buena parte de la vida del medio también se enviaron periodistas a cubrir informaciones internacionales. Se hacía porque era importante que tus propios periodistas, y en tu propia lengua, te contaran lo que estaba pasando fuera de tus fronteras. Yo creo que eso era importante. Eso aproximaba la información, la hacía valenciana aunque estuviera pasando a miles de

kilómetros de distancia. Si hoy me cuentan que ha tocado la lotería en Manises, también me pueden contar que hay una guerra en Oriente Próximo. La ambición de la televisión ha de ser siempre grande. Después falta que haya una voluntad política de contarlo. Pero la ambición había de ser contarlo en valenciano y a su público que es valenciano.

**La desconexión territorial de TVE comienza a la misma hora que comenzaba su informativo, ¿Noticias 9 suplía, eclipsaba, duplicaba a Aitana?**

Aitana comenzaba a las dos, efectivamente, pero la ambición de Aitana no tenía nada que ver con la ambición del informativo de Canal 9. Para comenzar la duración era mucho menor. La desconexión duraba, y dura, menos de media hora. El nuestro duraba entre tres cuartos de hora y una hora. Además, la ambición de Aitana no era vertebrar el territorio, ni contar la actualidad del día. De hecho Aitana más bien contaba y creo que cuenta las noticias del día anterior, que son las que han salido en el periódico y las que pasan junto a la sede o las convocatorias que envían desde Generalitat, las diferentes *consellerias*, el ayuntamiento, o los organismos y las instituciones sociales y económicas habituales. Pero sacar las cámaras a la calle y contar lo que pasa, yo creo que Aitana no tiene, o al menos no tenía, esa voluntad.

**En cuanto al uso del valenciano, ¿había mecanismos, y en su caso, cuáles eran, para garantizar el uso de un valenciano normalizado en la redacción y en todas las ediciones del *Notícies 9*?**

Yo estaba empeñada en que todo el mundo hablase en valenciano. Intentaba que las entrevistas se hicieran en valenciano siempre que fuera posible: por supuesto, si un entrevistado no hablaba valenciano, no se le iba a exigir que se expresara mal en valenciano, cada uno tenía que expresarse como más cómodo se sintiera. Pero los periodistas sí debían preguntar siempre en valenciano.

**Y más allá de su ámbito profesional, ¿qué percepción tiene de la información de proximidad que los ciudadanos de la Comunidad han tenido en la televisión pública tras el cierre de la cadena autonómica?**

Ahora es invisible la Comunidad Valenciana. Creo que ahora estamos huérfanos de información. No hay ningún medio que realmente dé información de norte a sur de la Comunidad Valenciana. No hay ningún medio de Comunidad, de territorio, que te haga

sentir miembro de un pueblo y de una colectividad. Hay medios de Valencia, medios de Alicante y medios de Castellón. Hay medios de prensa escrita, radio y televisiones pero no hay ningún medio con esa ambición de territorialidad y de defensa de la identidad.

**En lo que se refiere a la información de proximidad, ¿cuáles cree usted que son las consecuencias de la desaparición de los informativos de Canal 9?**

Fundamentalmente que nos convierte en invisibles, que la Comunidad Valenciana ya no existe y que las comarcas están totalmente desaparecidas de la realidad informativa. Qué medio va a hacerse eco de lo que pasa en la Vall de Gallinera, a quién le va a interesar lo que pasa en Morella, más allá de un hecho luctuoso o de un hecho extraordinario como una gota fría o un terremoto. La realidad cotidiana y también noticiosa ya no existe en absoluto. Creo de verdad que hemos perdido muchísimo en ese sentido.

**En el contexto de una realidad globalizada, ¿hoy en día continúa siendo necesaria para usted la información de proximidad?**

Desde luego que sí. Una cosa no excluye la otra. La globalidad, la universalidad, está hecha de pequeñas piezas locales. Cada vez son más importantes las raíces en un mundo globalizado. Yo me siento ciudadana del mundo porque soy ciudadana de mi país y de mi pueblo. Si no me siento vinculada a mis orígenes y a mis raíces no me puedo sentir partícipe del mundo. Yo entiendo la globalidad desde la localización más absoluta. Tú puedes saber mucho del mundo pero si no sabes lo que pasa al lado de tu casa, si no sabes que le pasa a tu vecino... porque lo que le pasa a tu vecino también forma parte de lo que le pasa al mundo. De manera que tiene todo el sentido. No se puede entender la universalidad sin la proximidad.

**Más allá de información, ¿qué cree usted que aportaban los informativos de Televisión Valenciana al ciudadano?**

Aportaban vida. Aportaban realidad. Aportaban el sentir que estás ahí, que estás vivo y que lo que te pasa es importante y le importa a la gente. Le importa a un grupo de periodistas que se desplazan para contar lo que te pasa, y le importa a la gente que lo está viendo. Y te importa a ti, que estás pagando tus impuestos y sabes que, tal vez, una parte de esos impuestos va para pagar una televisión que mejor o peor va a contar lo que te está pasando. Yo creo que Canal 9 era ese espejo en el que los ciudadanos de la Comunidad

Valenciana se veían reflejados. Allí podían tener un escaparate de voz, de ojos, que ahora no tienen en absoluto. Nosotros tratábamos de que todas las comarcas estuvieran presentes y se vieran reflejadas. Teníamos muchos medios y eso no volverá a existir, porque además cada vez la preocupación por la calidad técnica es menor. Creo que el trabajo de vertebración lo hicimos y lo hicimos bien. Yo he notado ese cariño de la gente por la calle.

**Cualquier gobierno, a la hora de plantear unos presupuestos no puede olvidar partidas que son esenciales (sanidad, educación, pensiones). ¿Plantearse una televisión pública autonómica es un lujo?**

No. Un lujo es despilfarrar el dinero. Una televisión pública no es un lujo. La televisión pública y la televisión en valenciano, de calidad evidentemente, son irrenunciables para los ciudadanos de la Comunidad Valenciana. No podemos permitirnos el lujo renunciar a una televisión pública y en valenciano porque es una barbaridad. No hablo de despilfarros ni de programas absurdos, hablo de los informativos que es lo que conozco. Considerar que es un lujo Canal 9, bien gestionado evidentemente, es una barbaridad. No podemos renunciar porque hemos perdido mucho, hemos perdido visibilidad, hemos perdido autenticidad, hemos perdido el sentirnos miembros de un pueblo. Decimos las cosas y no le damos importancia pero es realmente muy importante. Más allá de contar gotas frías o de contar fiestas, está el sentimiento que generaba, es una plataforma de expresión, es nuestra, es un derecho que nos habíamos ganado y que nos han arrancado, no como trabajadores o como profesionales, sino como ciudadanos de la Comunidad Valenciana. Hay muchas otras cosas a las que se puede renunciar y no a una televisión, bien gestionada, de manera racional y adaptada a los tiempos, evidentemente. Para mí es irrenunciable.





## **20. SALVADOR SEGUÍ**

*Salvador Seguí fue corresponsal de Televisión Valenciana en la comarca de La Safor entre 1995 a 2013. Ejerció como productor de las partidas de «pilota valenciana» que retransmitía Canal 9. Es empresario audiovisual y, en la actualidad, promotor deportivo. La entrevista se realiza en Gandia el 5 de febrero de 2015.*

**«Las noticias de nacional e internacional las daban todos [los medios] más o menos igual. Pero la proximidad sólo la contaban los informativos de Canal 9»**

### **¿Cuál era la función básica que tenían asignada los corresponsales comarcales?**

No todos los corresponsales éramos igualmente activos pero la función, para todos, era revisar todas las noticias locales, proponer temas de la comarca, y elaborar otros que desde la redacción pedían que se cubrieran. Pasaba con frecuencia que si algún personaje a quien se quería grabar acudía a la comarca y en la redacción no había medios suficientes para cubrir esa noticia, era yo, como corresponsal de la zona, quien realizaba la cobertura, o grababa la entrevista, aunque fuera incluida en otra pieza. Eso abarcaba todas las áreas del informativo, incluidos los deportes, e incluso en ocasiones reforzaba programas. Eso sobre el papel. En el día a día la carga de trabajo variaba de unos corresponsales a otros. Había algunos que no se dedicaban exclusivamente a la corresponsalía y eran menos activos. En mi caso concreto, yo me dedicaba en exclusividad a esto, de manera que intentaba proponer muchos temas a diario, y de hecho, acostumbraba a hacer incluso más de los que proponía.

### **¿Qué tipo de asuntos eran más frecuentes?**

El tiempo, temas de agricultura, y fiestas, sobre todo. En mi caso, había noticias clásicas que se repetían cada año sistemáticamente: el aclareo de los naranjos, la primera cosecha de cada variedad, el primer envío de cítrico al mercado europeo, el primer envío a los Estados Unidos. A veces había que mezclarlas porque, por ejemplo, el barco de Gandia

salía justo un día antes que el de Castellón y se hacían piezas conjuntas, pero normalmente los temas se hacían completos. Hacía muchísimas piezas de agricultura porque esta comarca es la más temprana en las variedades de naranja. Pero también vinculadas con la meteorología. Cuando llegaba la época de los grandes temporales, o había una inundación, por ejemplo, trabajábamos muchísimo. Había que estar disponibles 24 horas al día, siete días a la semana. Y en ocasiones, incluso, buscaba temas, aunque fueran más anecdóticos, para que todos los pueblos de la comarca tuvieran presencia. También intentaba que los temas fueran ligeros porque las noticias comportan siempre la post-noticia, el análisis y las noticias políticas eran más difíciles de colocar.

Y además del día a día, había coberturas especiales en que sistemáticamente participábamos las corresponsalías. Las elecciones, por ejemplo. El dispositivo de la noche electoral se montaba en parte con las infraestructuras técnicas de los corresponsales. En mi caso, desde que pusieron enlaces, el Ayuntamiento de Gandía, que es importante en elecciones, podía cubrirlo en directo tirando un cable porque teníamos la sede a 150 metros del Ayuntamiento, el punto donde daban los resultados.

También la lotería de Navidad la hemos hecho siempre. Con enlaces sólo había que tirar un cable pero cuando no había enlaces se llevaban las cintas en directo. Para el dispositivo de la lotería los corresponsales éramos imprescindibles. Nos necesitaban a todos porque el personal de la redacción no podía cubrir todo el territorio sin nosotros.

**Como corresponsal comarcal, obviamente, usted no recurría en ningún caso a agencias de noticias, ¿cuáles eran sus fuentes?**

Las fuentes las fui consiguiendo poco a poco, haciendo relaciones personales, estableciendo contactos con policía local de cada pueblo, asociaciones, bomberos, puertos deportivos y por supuesto, ayuntamientos. Cruz Roja de Gandía y Oliva también hacían muchísimas propuestas. Ellos tenían presencia en televisión y yo tenía temas. Y los bomberos, me avisaban sistemáticamente. Estar trabajando codo con codo es clave para conseguir información. Por eso, era básico que toda la comarca me conociera. De hecho, todo el mundo sabía que yo era el corresponsal de Canal 9 de manera que cualquiera que se encontrara con un accidente o con cualquier otra cosa me avisaba enseguida. Antes incluso de que me avisara cualquier institución pública, yo ya lo había comunicado a la redacción, había llegado al punto de la noticia y estaba grabando. Era mucho más fácil

para mí conseguir noticias y, sobre todo, teníamos la baza de la ubicación. Aunque la noticia llegara a la redacción al mismo tiempo que a mí, yo llegaba mucho más rápido.

Y eso se daba no sólo en noticias de sucesos. En cualquier ámbito informativo, noticias del campo, por ejemplo, o problemas meteorológicos, grandes temporales, inundaciones, etcétera.

**En líneas generales, ¿cuál era el promedio de piezas que usted elaboraba semanalmente para los informativos de Canal 9?**

En mi caso concreto, la media estaba por encima de sesenta piezas mensuales, unas dos al día. Pero llegamos a hacer hasta noventa y cien. El trabajo osciló en las diferentes etapas. Nosotros cubríamos la *pilota valenciana* así que había una pieza diaria fija durante una época en que se emitía un programa diario de *pilota*. Yo hacía una partida semanal y una noticia diaria. Ahora la *pilota* ha desaparecido. Hubo quien pensó que si se retransmitían las partidas por televisión los aficionados no irían a los trinquetes. Pero nuestro trabajo sirvió para revitalizar el deporte. Ahora la gente va menos, porque no se acuerdan de que hay partidas de *pilota*. En la prensa se ningunea el deporte y como no sale en televisión es como si no existiera.

**Más allá de su estricta función como corresponsal, usted actuaba también como fuente de información y contactos para los redactores de informativos. En su opinión ¿qué valor tenía este recurso extra?**

Creo que era un recurso importante. Desde Valencia localizar era muy difícil, sin embargo para mí era sencillísimo. Yo conocía mi territorio a la perfección y tenía los contactos. Sabía quién era quién y sabía a quién le gustaba salir. Ellos mismos me avisaban. Eso no se puede hacer desde la redacción porque esos contactos no pueden hacerse a distancia.

**¿Diría usted que en los informativos de Canal 9 había preocupación por dar cobertura, y visibilidad a todo el territorio autonómico?**

Canal 9 creó una red con más de 20 corresponsales repartidos por toda la geografía de la Comunidad. Unos trabajaban exclusivamente para Canal 9 y otros no, pero estaba tan

comprimida la estructura, éramos tantos, que todo el territorio estaba perfectamente cubierto.

Yo comencé a trabajar como corresponsal para Televisión Valenciana en el 95, con Paco Aura como productor de informativos. Paco Escriche era entonces el encargado de *Comarcas* y tenía gran empeño en la cobertura de la información comarcal. Cuando Eduardo Zaplana gana las elecciones, Canal 9 queda en manos de Unió Valenciana. Cambian las maneras, el tipo de noticia, pero no cambia el interés por las comarcas. El objetivo era claro: cuanta más variedad de temas se tocaran, cuanto mayor fuera el número de pueblos que aparecieran, cuanto mejor y más puntual fuera la cobertura del territorio, mayor iba a ser la audiencia.

**Y usted, como corresponsal, ¿intentaba dar cobertura y visibilidad a toda su comarca?**

Obviamente, las localidades más grandes suelen ser también las que tienen más peso económico y político, más actividad y por tanto más interés informativo. Pero yo trataba de que también el resto de municipios estuvieran presentes porque me parecía importante cuidar a las fuentes y el periodismo de corresponsales es periodismo de calle. Intentaba que aparecieran todos los pueblos. Ofrecía todas las fiestas, al menos la más importante de cada pueblo. Llevaba un cierto control sobre el número de noticias y la presencia de cada municipio y trataba de que nadie se quedara fuera. Por ejemplo, cuando había piezas que se podían grabar en diferentes pueblos, intentaba grabar en aquellos que tenían menos presencia. De ese modo conseguía dos cosas, por un lado que desde los ayuntamientos o asociaciones de cada pueblo contaran conmigo, y por otro lado, que todos los ciudadanos se vieran reflejados.

Incluso íbamos más allá. En muchas ocasiones cubríamos noticias de comarcas vecinas. Con la Marina Alta en muchas ocasiones se establecía colaboración. Cuando ellos o nosotros teníamos demasiados temas para cubrir intentábamos repartirlos para abarcar todo. Algo parecido ocurría con la Ribera, que en ocasiones no tenía capacidad para cubrir todo porque no se dedicaban exclusivamente a la corresponsalía. Y en el caso del Comtat y la Vall d'Albaida, prácticamente asumíamos nosotros la corresponsalía porque su productora tenía tanto trabajo al margen que no podían dedicarle el tiempo necesario.

**La suya es una comarca eminentemente valencianoparlante, ¿le facilitaba a usted el trabajo, como corresponsal de Canal 9, el hecho de poder dirigirse a sus fuentes y sus entrevistados en valenciano?**

Por descontado. Ésta en concreto es una comarca muy valencianoparlante, con un habla muy neutra y eso facilitaba mucho el trabajo. Y además, a la hora de hacer entrevistas a la gente en esta comarca le resulta mucho más fácil, más natural, hablar en valenciano. Se expresan mucho mejor y con más comodidad.

El uso del valenciano ayudó a implantar la cadena. La gente quería una televisión valenciana, y en valenciano. Y la veían por proximidad, porque se sentían identificados. Cuando yo comencé a trabajar para Canal 9, la cadena tenía muchísima audiencia, sobre todo los informativos. Eso también fue devaluándose a medida que la televisión se fue haciendo más sesgada. En ese proceso se fue quedando descolgada mucha audiencia a quien no le gustaba ese sesgo.

**Tras el cierre de Canal 9, ¿cuál cree que ha sido el nivel de presencia de su comarca en los informativos de la televisión pública?**

No salimos en ninguna cadena. Aitana no se puede comparar por varias razones: no hay medios, no hay dedicación plena a la Comunidad, no hay bastante tiempo y no hay personal suficiente para hacer la misma cobertura. Y las televisiones locales, que son la alternativa de proximidad a Canal 9, y serían aún más locales que Canal 9, no tienen audiencia porque como no tienen medios no pueden hacer una buena cobertura. Pongo un ejemplo: cuando había un suceso de envergadura yo llegaba inmediatamente y más tarde llegaba la unidad móvil de Canal 9 que ya podía disponer de mis imágenes y mis entrevistas. Las televisiones locales se limitan a grabar al alcalde del pueblo que sea porque es el que paga y poco más. Sin medios no se puede hacer televisión. En este momento La Safor no sale. Mediterráneo Televisión no da ningún servicio, Levante TV se ve o no, y Gandia Televisión hace lo que puede con los medios que tiene.

Cerró Canal 9 y desde entonces, cada vez que me cruzo con alguien que me identifica con el trabajo me dice lo mismo: “qué desastre, ya no tenemos televisión, no sé qué mirar, pongo la televisión y no sé dónde acudir para saber dónde llueve, dónde nieva, qué tiempo hará”. Y no es que no haya televisiones, la oferta es enorme, no las hay en

valenciano pero oferta hay más que nunca, sin embargo ninguna es la tuya, y como no es la tuya no sabes dónde mirar.

**¿Cree que la televisión pública autonómica cumplía una función informativa necesaria?**

Sí, ofrecía proximidad. Internacional y nacional daban todos. Cuando nacen las privadas, un año después de comenzar a emitir Canal 9, no se sabía cómo afectaría la nueva competencia. Pero al informativo no le afectó en absoluto. Las noticias de nacional e internacional las daban todos [los medios] más o menos igual. Pero la proximidad sólo la contaban los informativos de Canal 9. Al ciudadano le interesaba que le contaran las noticias sobre lo que nos pasa a los valencianos todos los días. Eso atraía y por eso el informativo tenía tanta audiencia. Porque a la gente le gustaba verse reflejada y conocer lo que pasa en la Comunidad.

**Como empresario audiovisual ¿qué repercusión ha tenido para usted la desaparición de los informativos de Canal 9?**

Mi empresa subcontractaba a otra para el material y el personal técnico. Entre la corresponsalía y la *pilota*, tenía entre diez y 12 personas contratadas. Cuando comenzaron a no pagar tuvimos que deshacernos de la empresa y contratar sólo puntualmente cuando era imprescindible. Nos quedamos el cámara y yo y en lugar de hacer una partida semanal hacíamos una cada trimestre, como mucho. Y eso en mi caso, que como no tenía equipamiento no tenía inversión, ni gastos, excepto pagar los impuestos. Pero la empresa que yo subcontractaba ha tenido que cerrar. Y en muchas otras productoras la situación ha sido mucho peor. Una película que comenzó como un cuento de hadas acabó peor que Drácula, lamentable. Cerrar la televisión valenciana ha hecho quebrar prácticamente a todas las productoras de la Comunidad Valenciana. La situación ha sido de luto total.

## 21. JAVIER GOMAR

*Entrevista realizada al delegado de RTVE en la Comunidad Valenciana, para el estudio exploratorio previo a la elaboración de esta tesis. La entrevista se realiza el 20 de mayo de 2014 en la sede del Centro Territorial de Televisión Española en la Comunidad Valenciana.*

**«En realidad, nosotros [TVE-CV] no estamos tratando de sustituir a Canal 9 porque no es esa nuestra misión»**

**El punto de partida de este estudio es el cierre de Canal 9. Así que obviamente lo primero que me gustaría saber es si ha tenido una consecuencia directa en este Centro y en el trabajo que ustedes realizan.**

Nos ha supuesto sobre todo más presión. Más presión por todos los lados, porque ahora solamente nos miran a nosotros y obviamente hay presión por todos los lados. En realidad, nosotros no estamos tratando de sustituir a Canal 9 porque no es esa nuestra misión. Quien dice eso no dice la verdad porque nosotros no estamos aquí para sustituir a Canal 9. Ni cuando nació Canal 9 vino a sustituir a Televisión Española. Son cosas diferentes una televisión autonómica y una televisión estatal. Evidentemente, como televisión estatal también tenemos nuestra parte territorial, pero es una parte. Ya le digo, fundamentalmente nuestra prioridad es Madrid.

**Sin embargo, la desconexión territorial se dirige exclusivamente al ciudadano de la Comunidad, que ahora ya no tiene otro medio dónde conocer la información más próxima. ¿Cree que la información que le ofrecen es suficiente?**

Claro. El ciudadano quiere conocer lo de aquí. Y nosotros somos los únicos que le estamos dando esa información.

Tratamos de dar prioridad a aquellos temas que puedan interesar a la gente. Temas de economía, la política no puedes huir de ella, y el tema de los incendios ahora está fuerte y más que se va a poner. Y luego, en las etapas de grandes juicios, nos hemos quedado solos. Normalmente hacemos nosotros el *pool* para el resto de televisiones. Antes lo hacíamos de forma compartida con Canal 9, ahora nos hemos quedado solos. Eso nos

supone también más trabajo, más esfuerzo y más material que tienes que poner ahí. Yo creo que hacemos una información, desde mi punto de vista, correcta.

En concreto, el mes de abril no es muy significativo porque como hay tantos festivos. En marzo sí hemos estado haciendo cosas que no habíamos hecho nunca. Abrimos una ventana de media hora tres días de fallas, dimos todas las *mascletás* menos las de fin de semana que como no tengo informativo territorial no las pudimos dar. Y después el programa de la *cremà* de toda la vida, que siempre se ha hecho.

### **Y... ¿con cuánta plantilla cuenta el Centro para cubrir el territorio de la Comunidad Valenciana?**

Al quitar Hispavisión hace unos años se encontraron con un exceso de plantilla. Entonces se pusieron en marcha dos proyectos: la Televisión a la Carta, que se está haciendo desde aquí y la digitalización de todos los recursos de los archivos de Televisión Española, que también se está haciendo desde aquí. O sea en Valencia se está haciendo Televisión a la Carta, pasando a nuestras páginas web todos los programas de Televisión Española y de Radio Nacional. Y la digitalización de toda España. Por eso aquí tenemos un volumen de personal superior. Pero ese grupo está en los proyectos y no forman parte del día a día del Centro Territorial, que depende de Informativos y depende de Julio Somoano, que es el director de Informativos.

### **¿Y dedicados a los informativos?**

Dedicados a informativos seremos unos 30, 32, incluyendo... se lo digo con exactitud (pausa y sale a buscar la información).

Mire somos 37, me había quedado corto. Hay ocho en digitalización, y 11 más en A la Carta. Y después, hay seis personas atendiendo a la terrena, que está para dar servicio a programas, en concreto al programa de la mañana de Madrid. Pero en toda la zona, no sólo en la Comunidad Valenciana sino en la Comunidad Valenciana, Murcia, Castilla-La Mancha... Hay *Terrenas* en Madrid, en Galicia, en Cataluña, en Valencia y en Andalucía. Y con eso tenemos que cubrir todo el territorio nacional.

### **O sea, que esa Unidad Móvil cubre casi hasta Almería**

Sí, sí, puede ir a Almería. Puede tener que ir a Almería perfectamente... Cuando no hay necesidad de ella, esa terrena la utilizamos en Informativos. Pero esos seis profesionales



que están en la terrena dependen de Madrid, dependen de Programas de Madrid, como los de Digitalización dependen de Madrid y los de A la Carta dependen de Madrid. O sea que los de informativos, en realidad, son 37. Cámaras hay cinco o seis, no hay más. Y redactores, creo que son 14. Más...3 en Alicante.

Hay que tener en cuenta las unidades informativas de Alicante y Castellón. En Castellón en estos momentos no tenemos a nadie, lo cubrimos desde aquí. Pero en Alicante tenemos dos cámaras y un redactor, aunque la integración en Alicante y en Castellón está ya hecha —y aquí también pero estamos separados, en Alicante y Castellón están juntos y es más fácil—. Gente de la radio está haciendo cosas para la tele y gente de la tele está haciendo cosas para la radio... las sinergias.

### **¿Son medios suficientes para cubrir todo el territorio de la Comunidad?**

A ver... Nunca se cuenta con personal suficiente. Contamos con un solo realizador, dos ayudantes de realización, dos montadores, un técnico de sonido, y ahora mismo tres técnicos electrónicos porque ha venido una adscripción temporal de Madrid ya que uno de los tres está de baja. Yo tengo una escasez de personal, horrible... y encima sin digitalizar que es como el día y la noche.

En Televisión Española quedan sólo dos centros territoriales por digitalizar, Baleares y Valencia. Y Valencia no se ha digitalizado porque no sabíamos todavía a dónde íbamos a terminar, porque como este edificio no es nuestro, y todavía no está claro, pues... Cuando tengamos claro cuál va a ser nuestra ubicación física futura ahí se va a digitalizar. Porque además tenemos que estar junto a Radio Nacional. Radio Nacional y nosotros tenemos que estar juntos, y los mismos redactores tienen que ser polivalentes para una cosa y para la otra... los tiempos es lo que mandan. O eres un todoterreno o no tienes nada que hacer.

Pero llegamos a todas partes. Porque el nivel de reacción es rápido, es rápido. Y después, también tenemos la terrena, que para hacer los directos, pues...

### **Una única...**

Sí, pero si hace falta otra, pues se contrata.

**Las dos desconexiones territoriales se emiten a mediodía. ¿Cómo cubre el centro el horario de mañana y el fin de semana, en que tampoco hay desconexión?**

Nosotros nos movemos con una cosa que se llama plus de disponibilidad. Y mueves a la gente. Pero siempre hay turno de tarde. Un redactor o dos, y un cámara o dos. Y fin de semana exactamente igual. Se cuenta siempre con un equipo de guardia. Un equipo de guardia que se ve incrementado con el tema de los fútbols, porque tenemos cuatro equipos en primera... Los de Alicante los suele solucionar Alicante. Pero nosotros tenemos que solucionar los de Villarreal y los del Valencia y el Levante... Más baloncesto... porque todo eso lo pide Madrid, todo eso lo pide Madrid. Y tienes que hacerlo, para Madrid y para ti, para los dos.

Los fútbols me los hacen los de Castellón para la tele... el Villarreal... pero cuando es un tema de envergadura como por ejemplo Castor, enviamos desde aquí un equipo.

Si es importante la dará el telediario. Si tiene relevancia a nivel autonómico, verdadera relevancia, va al telediario, no perdamos el norte. Este fin de semana pasado íbamos con los incendios de Manises y de Calles, había dos incendios. Íbamos con la mujer que detuvieron, la de los bebés. Y había otra cosa, un tercer tema. Tres temas en el Telediario del domingo... Pues esas cosas son las que territorialmente... porque aparte de eso, ¿qué otras cosas... hubiera valido la pena cubrir?

**Hablemos ahora, si le parece, de sus rutinas productivas. El Centro emite dos ediciones del informativo territorial pero ambas en la franja de mediodía y una de ellas apenas dura ocho minutos...**

Sí, pero es vital el informativo de las cuatro. Ahí entran cosas que no han entrado a las dos porque... a las dos es muy pronto. Y además aquí nosotros todavía no estamos digitalizados. Vamos con las cintas para arriba y para abajo. No es fácil. El informativo de las cuatro de la tarde es muy importante y además en ese tenemos una audiencia bárbara. Superamos la audiencia del Telediario 1. Estamos superando en 1 y 2 puntos. Estamos llegando a audiencias de casi el 19 por ciento en el de las cuatro.

**Y en la primera desconexión, ¿cual viene siendo la audiencia media?**

Alrededor de un 13 o un 14 por ciento que está muy bien.

**¿Han notado la diferencia de audiencia a partir del momento en que Canal 9 cierra?**

Evidentemente, evidentemente. Sobre todo en el de las dos que era el que competía directamente con Noticias 9. Podemos estar hablando de una diferencia de cinco o seis puntos. El de las dos hay días que tienes un 11 y días que tienes un 16, pero la media es esa. Y el de las cuatro, 17, 18...

**El estudio analiza los informativos del mes de abril y se percibe una enorme desproporción en el nivel de cobertura que dan a lo que ocurre en Valencia y el área metropolitana y el que recibe el resto del territorio.**

Nosotros aquí no focalizamos por territorios sino por grandes áreas informativas: política, economía, sociedad, deportes. Fundamental. Aquí no hay local; aquí no hay local. Si hay un suceso importante, que va a sociedad, y cae en el área metropolitana pues cae en el área metropolitana, pero si no, no. O sea, aquí no prestamos atención a la información local de nuestra área metropolitana, a no ser que tenga una noticia de relieve territorial.

Se prioriza el valor informativo, únicamente el valor informativo. Y Madrid pide cosas, que pide muchísimo, muchísimo es una barbaridad. Es normal llevar tres y cuatro temas en cada informativo nacional. No piezas completas pero a lo mejor, colas y alguna declaración o alguna asistencia. Eso es el pan nuestro de cada día. Luego nosotros aprovechamos eso, obviamente. Porque nuestra prioridad es el Telediario. Siempre es el Telediario. Somos una cadena estatal.

**Aun así, la provincia de Castellón apenas ocupa un tres por ciento del tiempo del informativo...**

Bueno, Castellón da muy poquito de sí. No tiene nada que ver con Alicante. O sea, vamos a ver, yo tengo una redactora y un cámara en Castellón, pero los tengo en Valencia. Eso no quiere decir que pasado mañana los vuelva a poner en Castellón, pero de momento me hacen más falta aquí que en Castellón.

Pero eso pasaba también en Canal 9 y pasa en todas partes, es que Castellón es un pueblo muy grande, pero es un pueblo, con todos mis respetos y...vas a las fiestas y...querer comparar la Magdalena con las Fallas pues es una risa... Y ellos quieren pero...las cosas hay que verlas de forma objetiva...

### **En cuanto a los temas, ¿por qué se prioriza el fútbol?**

Mire a mí no me gusta el fútbol, odio el fútbol, pero...es lo que hay. Yo no iría a un estadio pero...vende.

**El análisis arroja otro dato que resulta llamativo. Abril ha generado este año importantes noticias meteorológicas: sequía, temperaturas altísimas...Sin embargo su informativo apenas se ha hecho eco de estas informaciones.**

Sí...posiblemente en el tema meteorológico sea donde quizá estamos un poquito más cortos, porque a la gente le interesa mucho el estado del tiempo y claro, nosotros le damos lo poquito que le podemos dar...También es verdad que a nivel nacional se dedica mucho tiempo a la información meteorológica, y se hace en dos partes. Cierto que nosotros somos una parte de un todo, no como antes que éramos un todo desde el principio hasta el final.

Sí, es cierto, es el único tema al que si tuviéramos más tiempo podríamos dedicarle más atención, pero fuera de eso...y fuera también del tema de fiestas y tradiciones que no las podemos atender. Yo no he podido hacer moros y cristianos más que un par de días con conexiones en directo en programas y en Telediario.

**Pero en la Desconexión no ha aparecido...**

Porque cayó en fin de semana

**Claro pero eso (no tener desconexión de fin de semana) genera un déficit importante, al espectador de la Comunidad le queda un vacío.**

Claro pero es que no estamos analizando la necesidad de un canal autonómico, esa no es mi guerra. Yo llegué a decirles a los miembros del Consejo Asesor de Radio Televisión Valenciana donde están Ignacio Blanco, Mónica Oltra...señores, que yo no he sido el que ha cerrado Canal 9. Claro, ahora nada más tienen Televisión Española y pretenden que sustituya...y no, este centro no puede sustituir...mira los que somos. Y ni siquiera estamos digitalizados...

**¿Puedo preguntarle por el futuro?**

No le puedo decir...Sé lo que publican los medios, de comunicación. Sé que se abrirá una ventana de dos horas, no sé si de lunes a viernes o de lunes a domingo, eso lo

desconozco. Sé que una hora será de magazine territorial, sobre todo para hablar de tradiciones, fiestas, cultura... y la otra hora será de ficción.

**Y en lo que se refiere a los informativos...**

Los informativos se mantienen como están. En esa franja no irán informativos.

**Hablemos del uso del valenciano. ¿Cuál es el criterio?**

Aquí de toda la vida el presentador locuta en valenciano. Y después, las piezas se graban en castellano, a excepción de un redactor que las hace en valenciano.

Es minoritario. Tenga en cuenta que aquí a la hora de la selección de personal no se hace con los criterios con que se hizo en Canal 9. Aquí llega un redactor de Logroño, y puede no saber nada de valenciano, pero trabaja para Televisión Española.

**Y ahora, con este cambio en la situación ¿esos criterios podrían cambiar?**

Podrían cambiar pero eso....doctores tiene la Iglesia.



## 2. MANUAL DE CODIFICACIÓN

El trabajo de campo se realiza utilizando dos tipos diferentes de fichas:

- A. **Ficha de escaleta:** se trata de una ficha genérica que recoge someramente todos los contenidos del informativo. Se elabora una por cada informativo de la muestra. En total, 105 fichas.
- B. **Ficha de pieza:** es aquella que describe con detalle cada una de las piezas informativas analizadas. Aquí se detallan todas las variables analizadas en el estudio. Se elabora una ficha para cada pieza de la muestra. En total, 1897 fichas.

### A. Ficha de escaleta

En esta primera ficha se incluyen los siguientes parámetros:

**Fecha:** Se registra la fecha de emisión del informativo en formato día/mes/año y el día de la semana.

**Duración informativo:** Consigna la duración total del informativo en que se emite la pieza, en formato x:xx:xx. Se incluye desde la cabecera hasta la despedida y paso a la información meteorológica.

**Presentación y sumarios:** se consignan aquí los asuntos apuntados en la presentación, si los hay. Y los que se incluyen en sumario.

**Pieza:** Se asigna numeración a la pieza en virtud de su orden de aparición en la escaleta (Ejemplo: 1 para la primera pieza, 2 para la segunda, y así sucesivamente).

- Se asigna 0 a aquellos casos en que no se ha emitido informativo (caso del uno de enero de 2014 en que, pese a ser día de emisión, no hubo desconexión territorial por ser festivo)

**Formato:** Recoge el tipo de pieza de que se trata.

1. VTR: vídeo con o sin cortes de voz
2. PTO: plató o colas

3. PAST: pastilla o total
4. DTO: conexión en directo
5. BREVES: bloque de noticias breve que se emiten sin entradilla y con una misma locución
6. ENTRAD: Entradilla que se emite como última hora sin acompañamiento de imágenes ni pieza

**Asunto:** Este apartado es una mera descripción sumaria del asunto tratado en la pieza. Tiene como único objeto la identificación de la noticia, que luego introducirá la ficha de entradilla.

**Duración Pieza:** Recoge en formato (xx:xx – xx:xx) el tiempo concreto de emisión del informativo y tras ello, cuantifica en formato x:xx:xx la duración completa de la información recogida en cada pieza. Incluye entradilla y cuerpo de la noticia, hasta el último plano de coleo emitido.

## **B. Ficha de pieza**

En esta ficha se detallan las variables en análisis para cada información emitida en los informativos de la muestra.

Incluye para ello dos tipos de datos:

1. Identificativos
2. Descriptivos

Los datos identificativos sirven para determinar de qué pieza se trata y ubicarla dentro de la escaleta. Son los siguientes:

**Fecha de emisión:** Se determina a qué día, mes y año pertenece la pieza en análisis.

**Nombre de la pieza:** Se repite el nombre dado a la pieza en la ficha de escaleta.

**Orden en escaleta:** Se consigna el orden de emisión de la pieza y si aparece en Presentación o Sumario.



**Duración total pieza:** Se recoge, como en la ficha de escaleta, el tiempo del informativo ocupado por la pieza y su duración total, incluida la entradilla si la tuviera. El formato utilizado es (x:xx - x:xx) TOTAL: xx:xx

Una vez identificada la pieza, se introducen los parámetros descriptivos.

**Formato:**

1. Directo: conexión en directo desde el lugar de la noticia.
2. Vídeo con cortes: pieza informativa convencional que incluye off y declaraciones.
3. Vídeo sin cortes: pieza convencional, con off, pero sin declaraciones.
4. Plató: También llamado *colas*. Se asigna a los montajes de imagen que son locutados desde plató por el conductor del informativo.
5. Pastilla: declaraciones de algún personaje, protagonista de la noticia o agente social.
6. Entradilla sin imágenes: El conductor del informativo avanza una información que no va acompañada de imágenes.

**Área temática:** Se establece una clasificación temática clásica, utilizando como criterio la separación por secciones con que se trabaja en cualquier redacción de informativos. La asignación de valores a esta clasificación temática será la siguiente:

1. *Política:* Incluye todas las informaciones emanadas de la actividad política y de los políticos, tanto en el ámbito gubernamental y legislativo (actividad del Consell o las Cortes), como en el ámbito de partido. No se incluirán en esta categoría las piezas relativas a la actividad administrativa de los diferentes miembros del Consell en sus ámbitos concretos de gestión.
2. *Economía:* Se considerarán dentro de economía los asuntos financieros, laborales y empresariales y todos aquellos que tienen que ver con el sostenimiento de los recursos, energéticos, hídricos y de consumo, como los precios de combustibles o electricidad.
3. *Sociedad:* Recogerá todas las piezas relativas a los diferentes ámbitos de la sociedad civil y la ciudadanía (educación, salud, investigación y ciencia, medios de comunicación, medio ambiente, discapacidad y discriminación, cooperación, infraestructuras y servicios públicos). Incluirá aquellos asuntos que se vinculan con los ciudadanos, en cuanto grupo, individuos y consumidores.

4. *Sucesos*: En esta categoría se incluirán todas las piezas referidas a hechos luctuosos o violentos y aquellas relativas a catástrofes naturales, cuando tengan consecuencias para vidas humanas (ejemplo: incendios forestales).
5. *Tribunales*: Recoge todas las informaciones de tribunales. Se separa de *sucesos* poder establecer una cuantificación más exacta de los asuntos abordados (sobre todo por la abundancia de asuntos de corrupción, más vinculados con la política que con los sucesos)
6. *Deportes*: Se recogen en este grupo temático todas las piezas relativas a cualquier deporte, pero también las cuestiones administrativas, logísticas o cualquier otra índole, vinculadas con personajes del ámbito deportivo.
7. *Cultura*: Se entenderá por cultura cualquier información referida a instituciones o eventos culturales, incluso aquellas piezas que se centren en aspectos administrativos, políticos o de funcionamiento de dichas instituciones, por ejemplo, las noticias referidas a las obras en el Palau de les Arts. Incluye tanto las piezas dedicadas a cualquier manifestación cultural como las fiestas populares, tradiciones y curiosidades, además de las cuestiones de gestión cultural o contenedores culturales.
8. *No aplicable*: Se incluye por cuestiones técnicas para asignar a los registros de días en que no hay informativo o no hay referencias a la Comunidad en el Telediario 2.

**Asunto:** Determina el ámbito concreto de cobertura de una pieza dentro de la temática a que se refiere. Se establecen las siguientes categorías.

## 1. POLÍTICA

- 1.1. Cortes: Incluye las piezas que abordan la actividad de Les Corts Valencianes.
- 1.2. Partidos: Se refiere a las piezas dedicadas a los actos o demás asuntos de partido.
- 1.3. Local: Recogerá las piezas sobre política local.
- 1.4. Autonómica: Recoge cuestiones políticas de ámbito autonómico, excluyendo las referidas a las Cortes y la actividad de los diferentes partidos.
- 1.5. UE: Cuestiones de política europea.

## 2. ECONOMÍA

- 2.1. Macro: Piezas relativas a cuestiones de macroeconomía
- 2.2. Micro: asuntos empresariales y de carácter microeconómico
- 2.3. Laboral: informaciones de ámbito laboral como conflictos colectivos o negociación de convenios.
- 2.4. Agricultura: Se recogen separadamente las cuestiones agrícolas y ganaderas, pese a tratarse de asuntos que bien podrían ir en *Micro*. Se hace así por la especial raigambre histórica y social del sector agrario.
- 2.5. Turismo: Recoge, como en el caso anterior, asuntos turísticos, que pese a ser *Micro*, tienen especial peso socioeconómico en la Comunidad Valenciana.

## 3. SOCIEDAD

- 3.1. Educación
- 3.2. Salud
- 3.3. Ciencia e investigación
- 3.4. Ayuda y cooperación
- 3.5. Conflictividad social
- 3.6. Discriminación y desigualdad
- 3.7. Servicios públicos e infraestructuras
- 3.8. Medio Ambiente
- 3.9. Meteorología
- 3.10. Medios de Comunicación
- 3.11. Consumo
- 3.12. Tráfico
- 3.13. Estadísticas
- 3.14. Instituciones
- 3.15. Religión

## 4. SUCESOS

- 4.1. Violencia y criminalidad
- 4.2. Accidentes y catástrofes naturales

## 5. TRIBUNALES

- 5.1. Corrupción
- 5.2. Otros delitos

## 6. DEPORTES

- 6.1. Fútbol
- 6.2. Baloncesto
- 6.3. Tenis
- 6.4. Atletismo
- 6.5. Motociclismo
- 6.6. *Running*
- 6.7. Náuticos
- 6.8. *Pilota valenciana*
- 6.9. Otros (incluye: buceo, ciclismo, entrenamiento personal, cuestiones extradeportivas, fútbol sala, gimnasia rítmica, hockey, paddle, Rallies, rugby, yoga)

## 7. CULTURA

- 7.1. Arte: Incluye todas las artes plásticas
- 7.2. Música
- 7.3. Teatro y danza
- 7.4. Cine y televisión
- 7.5. Literatura
- 7.6. Infraestructuras y gestión cultural
- 7.7. Gastronomía
- 7.8. Fiestas y tradiciones
- 7.9. Curiosidades

**Idioma:** El idioma se consigna de manera diferenciada para la entradilla y el off. Se consignan tres categorías que se asignarán por separado a la entradilla y el cuerpo de cada pieza:

1. Valenciano: para las entradillas locutadas en valenciano y los cuerpos de aquellas piezas en que el off y los cortes de voz, si los hubiere, son en valenciano.
2. Castellano: para las entradillas locutadas en castellano, si las hubiere, y los cuerpos de aquellas piezas en que tanto el off como los cortes, si los hubiere, se locutan en castellano.
3. Castellano/Valenciano: para aquellas piezas en que se alternan ambas lenguas en el off y los cortes de voz. No se utilizará para las entradillas y los platós.

En todo caso, los registros diferenciarán el idioma en dos variables:

**Idioma Entradilla:** Recoge el idioma en que está locutada la entrada. Se cuantifica el tiempo de emisión y la duración concreta de la entrada (xx:xx:xx)

**Idioma Cuerpo:** Identifica el idioma en que está locutado el off de la pieza, o el idioma del corte de voz, o ambos en el caso de que sean distintos. Se cuantifica el tiempo del mismo modo que en las entradas. En el caso de combinar ambos idiomas se cuantifican ambos por separado y la duración total.

**Localización:** Se consigna el municipio donde está grabada la información. Se define, no obstante, como ubicación *Genérica-Comunidad Valenciana* aquella que específicamente habla de todo el territorio autonómico. Si la información no se ubicara en rótulos y no se refiriera a ningún municipio o espacio concreto se codificará como *Ubicación no definida*. En el caso de que la información se localice fuera de la Comunidad Valenciana se consignará como *externa*. En las *pastillas* se considerará como localización aquella donde se realiza el corte de voz. En el caso de localizarse la pieza en parajes naturales (Ejemplo: La Albufera) se establecerá como localización el municipio al que pertenezca tal paraje (en el caso anterior, Valencia, porque es su Ayuntamiento quien ostenta la titularidad del lago).

**Comarca:** Recoge la comarca a que pertenece el municipio de localización. Las piezas ubicadas en la ciudad de Valencia no se incluyen dentro de ninguna comarca, siguiendo el criterio que establece la página informativa de Generalitat Valenciana, que la presenta por separado. Aquellas informaciones con ubicación genérica, externa o sin ubicación, tampoco se incluirán, obviamente, en ninguna comarca.

**Actores con voz:** Esta variable recoge tan sólo los actores a quienes se da voz en el relato informativo.

Aparece como *no aplicable* en los platós, directos o vídeos sin cortes de voz. En el caso de directos no se dará la condición de actor al periodista que aparece en pantalla puesto que su función se debe limitar a la de mero transmisor de la información.

**Proximidad:** Se consigna la presencia o no de la proximidad como valor-noticia, entendido tal valor, con (Wolf, 1987, p. 231), como proximidad geográfica o cultural.

1. Sí: en caso de que la pieza responda al valor-noticia proximidad.
2. No: en caso de que no se de dicho valor noticia.

### 3. TABLAS DE RESULTADOS

TABLA 1: PROXIMIDAD

PROXIMIDAD	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
SÍ	1833	59764	59550	119314	33:08:34
NO	58	1841	2928	4769	1:19:29

TABLA 2: NOTICIAS SIN PROXIMIDAD (por áreas)

ÁREAS INFORMATIVAS	Nº PIEZAS SIN PROXIMIDAD	DURACIÓN TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
Política	2	133	0:02:13
Economía	3	232	0:03:52
Sucesos	3	219	0:03:39
Tribunales	0	0	0:00:00
Sociedad	27	2548	0:42:28
Deportes	14	869	0:14:29
Cultura	9	768	0:12:48

TABLA 3: FORMATOS

FORMATO	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
VTR-Cortes	622	32074	34733	66807	18:33:27
Plató	667	14973	12671	27644	7:40:44
Pastilla	381	7397	7003	14400	4:00:00
VTR	137	6120	5491	11611	3:13:31
Directo	31	759	1502	2261	0:37:41
Breve	48	254	1020	1274	0:21:14
Entradilla	5	28	58	86	0:01:26

TABLA 4: IDIOMAS

IDIOMA	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
CASTELLANO	37088	37739	74827	20:47:07
VALENCIANO	24412	24752	49164	13:39:24

TABLA 5: IDIOMA CUERPO POR ÁREAS

ÁREA	IDIOMA CUERPO	Nº PIEZAS	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM. SS
POLÍTICA	castellano	170	10336	2:52:16
	valenciano	49	2229	0:37:09
	castellano/valenciano	51	5349	1:29:09
ECONOMÍA	castellano	72	6400	1:46:40
	valenciano	13	360	0:06:00
	castellano/valenciano	2	213	0:03:33
SUCESOS	castellano	71	4978	1:22:58
	valenciano	7	176	0:02:56
	castellano/valenciano	1	113	0:01:53
TRIBUNALES	castellano	40	2828	0:47:08
	valenciano	7	252	0:04:12
	castellano/valenciano	0	0	0
SOCIEDAD	castellano	253	22342	6:12:22
	valenciano	25	913	0:15:13
	castellano/valenciano	12	974	0:16:14
DEPORTES	castellano	271	22300	6:11:40
	valenciano	5	230	0:03:50
	castellano/valenciano	4	307	0:05:07
CULTURA	castellano	142	14509	4:01:49
	valenciano	12	515	0:08:35
	castellano/valenciano	7	594	0:09:54



TABLA 6: AREAS TEMÁTICAS

AREA TEMÁTICA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
Deportes	498	15930	15983	31913	8:51:53
Sociedad	408	14940	13962	28902	8:01:42
Política	383	8164	14326	22490	6:14:50
Cultura	246	10642	9107	19749	5:29:09
Economía	132	5824	2908	8732	2:25:32
Sucesos	128	2716	4441	7157	1:59:17
Tribunales	96	3389	1751	5140	1:25:40

TABLA 7: POLÍTICA MES A MES

POLÍTICA MES A MES	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)
Enero	641	801
febrero	767	959
marzo	769	389
abril	280	1409
mayo	1222	2249
junio	676	2054
julio	1198	463
agosto	252	514
septiembre	813	652
octubre	576	1319
noviembre	640	1052
diciembre	330	2465

TABLA 8: ECONOMÍA MES A MES

ECONOMÍA MES A MES	2014	2015
enero	806	732
febrero	919	510
marzo	802	218
abril	556	192
mayo	1017	229
junio	375	178
julio	0	261
agosto	315	90
septiembre	200	63
octubre	207	91
noviembre	220	103
diciembre	407	241

TABLA 9: SOCIEDAD MES A MES

SOCIEDAD MES A MES	2014	2015
enero	585	1264
febrero	700	593
marzo	1149	488
abril	1296	716
mayo	1077	743
junio	2324	1801
julio	1010	1939
agosto	395	1275
septiembre	2355	1590
octubre	1535	1366
noviembre	1843	1068
diciembre	671	1119

TABLA 10: SUCESOS MES A MES

SUCESOS MES A MES	2014	2015
enero	42	616
febrero	363	328
marzo	181	442
abril	49	524
mayo	452	248
junio	124	201
julio	376	434
agosto	338	418
septiembre	78	489
octubre	180	148
noviembre	31	538
diciembre	502	55

TABLA 11: TRIBUNALES MES A MES

TRIBUNALES MES A MES	2014	2015
enero	489	334
febrero	319	158
marzo	340	107
abril	105	353
mayo	157	160
junio	239	321
julio	331	127
agosto	147	0
septiembre	129	73
octubre	470	0
noviembre	307	55
diciembre	356	63

TABLA 12: DEPORTES MES A MES

DEPORTES MES A MES	2014	2015
enero	1731	1557
febrero	1366	1719
marzo	1354	1048
abril	1266	2242
mayo	1455	805
junio	922	1187
julio	1036	1058
agosto	697	1250
septiembre	1709	636
octubre	1735	1242
noviembre	1489	1637
diciembre	1170	1602

TABLA 13: CULTURA MES A MES

CULTURA MES A MES	2014	2015
enero	1292	1121
febrero	1075	960
marzo	1417	1314
abril	676	722
mayo	969	236
junio	833	633
julio	726	961
agosto	472	447
septiembre	1055	310
octubre	862	1143
noviembre	780	636
diciembre	485	624

TABLA 14: ASUNTOS POLÍTICA

ASUNTOS POLÍTICA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
Autonómica	184	4091	6591	10682	2:58:02
Partidos	121	2175	4497	6672	1:51:12
Cortes	30	977	1294	2271	0:37:51
Local	34	530	1682	2212	0:36:52
Nacional	10	200	262	462	0:07:42
UE	4	191	0	191	0:03:11

TABLA 15: ASUNTOS ECONOMÍA

ASUNTOS ECONOMÍA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
Micro	57	2675	1164	3839	1:03:59
Agricultura	26	1467	496	1963	0:32:43
Turismo	18	427	802	1229	0:20:29
Laboral	21	889	186	1075	0:17:55
Macro	10	366	260	626	0:10:26

TABLA 16: ASUNTOS SOCIEDAD

ASUNTOS SOCIEDAD	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
Salud	54	2191	1846	4037	1:07:17
Ciencia e investigación	41	2230	1156	3386	0:56:26
Servicios públicos e infraestructuras	45	856	1958	2814	0:46:54
Consumo	28	879	1785	2664	0:44:24
Medio ambiente	25	1850	716	2566	0:42:46
Conflictividad social	49	1468	1095	2563	0:42:43
Educación	35	1706	709	2415	0:40:15
Meteorología	43	1330	1080	2410	0:40:10
Ayuda y cooperación	30	600	1200	1800	0:30:00
Tráfico	22	475	1151	1626	0:27:06
Medios de comunicación	13	861	251	1112	0:18:32
Discriminación y desigualdad	9	189	398	587	0:09:47
Instituciones	8	305	228	533	0:08:53
Estadísticas	3	0	205	205	0:03:25
Religión	3	0	184	184	0:03:04

TABLA 17: ASUNTOS SUCESOS

ASUNTOS SUCESOS	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
Violencia y criminalidad	82	1689	2707	4396	1:13:16
Accidentes y catástrofes naturales	46	1027	1734	2761	0:46:01

TABLA 18: ASUNTOS TRIBUNALES

ASUNTOS TRIBUNALES	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
Corrupción	85	3139	1491	4630	1:17:10
Otros delitos	11	250	260	510	0:08:30

TABLA 19: ASUNTOS DEPORTES

ASUNTOS DEPORTES	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
Fútbol	353	12001	11650	23651	6:34:11
Baloncesto	77	2636	2151	4787	1:19:47
Tenis	19	430	444	874	0:14:34
Motociclismo	10	111	438	549	0:09:09
<i>Running</i>	10	286	240	526	0:08:46
Atletismo	5	0	419	419	0:06:59
Deportes náuticos	4	225	0	225	0:03:45
<i>Pilota valenciana</i>	3	52	123	175	0:02:55
Ciclismo	4	0	151	151	0:02:31
Entrenamiento personal	1	0	101	101	0:01:41
Rallies	2	84	0	84	0:01:24
Yoga	2	0	80	80	0:01:20
Paddle	2	0	77	77	0:01:17
Buceo	1	48	0	48	0:00:48
Hockey	1	0	44	44	0:00:44
Rugby	1	0	38	38	0:00:38
Gimnasia rítmica	1	30	0	30	0:00:30
Cuestiones extradeportivas	1	0	27	27	0:00:27
Fútbol sala	1	27	0	27	0:00:27

TABLA 20: ASUNTOS CULTURA Y FIESTAS

ASUNTOS CULTURA Y FIESTAS	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
Arte	62	2878	3189	6067	1:41:07
Fiestas	70	2343	2682	5025	1:23:45
Cine y televisión	22	1322	547	1869	0:31:09
Música	39	1879	974	2853	0:47:33
Teatro y danza	25	913	923	1836	0:30:36
Curiosidades	16	653	532	1185	0:19:45
Gastronomía	5	205	260	465	0:07:45
Literatura	6	360	0	360	0:06:00
Gestión cultural	1	89	0	89	0:01:29

TABLA 21: LOCALIZACIONES

LOCALIZACIÓN	Nº PIEZAS	DURACIÓN TOTAL (segundos)	%	HH.MM.SS
Valencia	931	58.100	47%	16:08:20
Sin ubicación	175	11.562	9%	3:12:42
Externa	151	8.928	7%	2:28:48
Alicante	114	8.684	7%	2:24:44
Elche	69	4.453	4%	1:14:13
Vila-real	60	3.765	3%	1:02:45
Paterna	56	3.467	3%	0:57:47
Genérica	50	2.990	2%	0:49:50
Castellón	44	2.727	2%	0:45:27
Manises	18	1.090	1%	0:18:10
L'Alcora	15	859	1%	0:14:19
Gandía	10	759	1%	0:12:39
Benidorm	13	751	1%	0:12:31
Buñol	12	744	1%	0:12:24
Benicasim	7	566	0,4%	0:09:26
Sagunto	7	543	0,4%	0:09:03
Cheste	7	508	0,4%	0:08:28
Cortes de Pallás	7	474	0,4%	0:07:54
Alcoy	10	473	0,4%	0:07:53
Dénia	7	431	0,3%	0:07:11
Rafelbunyol	5	367	0,3%	0:06:07



Burjassot	2	330	0,3%	0:05:30
Burriana	4	314	0,3%	0:05:14
Vilamarxant	2	305	0,2%	0:05:05
Requena	3	297	0,2%	0:04:57
Xàtiva	6	280	0,2%	0:04:40
Benagéber	2	257	0,2%	0:04:17
Orihuela	4	255	0,2%	0:04:15
Xirivella	2	252	0,2%	0:04:12
Crevillent	2	245	0,2%	0:04:05
Alaquàs	4	238	0,2%	0:03:58
Segorbe	4	227	0,2%	0:03:47
Ibi	3	223	0,2%	0:03:43
Picassent	4	219	0,2%	0:03:39
Monforte del Cid	2	214	0,2%	0:03:34
Ador	2	202	0,2%	0:03:22
Petrer	2	196	0,2%	0:03:16
Cullera	3	195	0,2%	0:03:15
Oropesa	3	192	0,2%	0:03:12
El Campello	3	190	0,2%	0:03:10
La Jana	1	189	0,2%	0:03:09
Algemesí	2	183	0,1%	0:03:03
Bétera	4	182	0,1%	0:03:02
La Pobla de Vallbona	2	174	0,1%	0:02:54
Santa Pola	2	171	0,1%	0:02:51
Mislata	1	171	0,1%	0:02:51
Alfajar	3	166	0,1%	0:02:46
Riba-roja	3	165	0,1%	0:02:45
Poble Nou de Benitatxell	2	165	0,1%	0:02:45
Vilafamés	2	163	0,1%	0:02:43
Vinaròs	3	154	0,1%	0:02:34
Alzira	4	139	0,1%	0:02:19
El Castell de Guadalest	1	125	0,1%	0:02:05
Puçol	1	124	0,1%	0:02:04
Serra	1	123	0,1%	0:02:03
Moncofa	1	122	0,1%	0:02:02
Carcaixent	3	121	0,1%	0:02:01
Benifaió	1	121	0,1%	0:02:01
Canals	1	116	0,1%	0:01:56
Onil	1	113	0,1%	0:01:53
Carlet	2	112	0,1%	0:01:52
Oliva	1	111	0,1%	0:01:51
Guardamar del Segura	1	110	0,1%	0:01:50

Sedaví	1	109	0,1%	0:01:49
Elda	1	109	0,1%	0:01:49
Orba	1	104	0,1%	0:01:44
Silla	1	103	0,1%	0:01:43
Gilet	2	103	0,1%	0:01:43
Quart de Poblet	1	102	0,1%	0:01:42
Novelda	2	102	0,1%	0:01:42
Monóvar	1	101	0,1%	0:01:41
Caudete de las Fuentes	1	94	0,1%	0:01:34
Alberic	1	92	0,1%	0:01:32
Catarroja	1	90	0,1%	0:01:30
Nules	1	89	0,1%	0:01:29
L,Alfàs del Pi	1	89	0,1%	0:01:29
Onda	2	85	0,1%	0:01:25
El Verger	1	81	0,1%	0:01:21
Dos Aguas	1	81	0,1%	0:01:21
La Pobla de Benifassà	2	80	0,1%	0:01:20
Canet d'En Berenguer	1	77	0,1%	0:01:17
Chelva	1	75	0,1%	0:01:15
Cabanes	1	74	0,1%	0:01:14
Torrent	2	71	0,1%	0:01:11
Sueca	1	67	0,1%	0:01:07
Viver	1	66	0,1%	0:01:06
Morella	2	66	0,1%	0:01:06
Alcalà de Xivert	1	66	0,1%	0:01:06
Paiporta	1	61	0,04%	0:01:01
Pego	1	60	0,04%	0:01:00
Tavernes Blanques	1	58	0,04%	0:00:58
Peñíscola	2	53	0,04%	0:00:53
Millena	1	53	0,04%	0:00:53
Massanassa	2	53	0,04%	0:00:53
Alborache	1	53	0,04%	0:00:53
Penàguila	1	52	0,04%	0:00:52
Alcoleja	1	52	0,04%	0:00:52
Montroy	1	51	0,04%	0:00:51
Beniarrés	1	51	0,04%	0:00:51
Montserrat	1	49	0,04%	0:00:49
Vall d'Alba	1	48	0,04%	0:00:48
Moncada	1	48	0,04%	0:00:48
Javea	1	47	0,04%	0:00:47
Titaguas	1	44	0,04%	0:00:44
Sant Jordi	1	43	0,03%	0:00:43
Borriol	1	43	0,03%	0:00:43

L'Eliana	1	42	0,03%	0:00:42
Faura	1	42	0,03%	0:00:42
Utiel	1	41	0,03%	0:00:41
Almassora	1	40	0,03%	0:00:40
Navajas	1	38	0,03%	0:00:38
Albuixech	1	38	0,03%	0:00:38
San Antonio de Benagéber	1	35	0,03%	0:00:35
L'Alcúdia	1	35	0,03%	0:00:35
Cofrentes	1	35	0,03%	0:00:35
Sellent	1	32	0,03%	0:00:32
Massamagrell	1	30	0,02%	0:00:30
Benicarló	1	28	0,02%	0:00:28
Altea	1	26	0,02%	0:00:26
Rugat	1	25	0,02%	0:00:25
Tavernes de la Valldigna	1	24	0,02%	0:00:24
Llíria	1	23	0,02%	0:00:23
La Vall d'Ebo	1	10	0,01%	0:00:10
Lorcha	1	10	0,01%	0:00:10

TABLA 22: VISIBILIDAD POR PROVINCIAS

PROVINCIA	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>Alicante</b>	8955	9041	17996	04:59:04
<b>Castellón</b>	3888	6338	10226	02:09:34
<b>Valencia</b>	36459	36512	72971	20:16:11
<b>Resto</b>	12723	10757	23480	06:31:20

TABLA 23: VISIBILIDAD COMARCAS DE ALICANTE

COMARCAS DE ALICANTE	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
L'Alacantí	116	4769	4021	8790	2:26:30
Baix Vinalopó	74	2689	2359	5048	1:24:08
La Marina Baixa	16	283	708	991	0:16:31
La Marina Alta	14	58	840	898	0:14:58
L'Alcoià	15	480	381	861	0:14:21
Vinalopó Mitjà	8	206	516	722	0:12:02
Baix Segura	9	366	154	520	0:08:40
El Comtat	4	104	62	166	0:02:46
L'Alt Vinalopó	0	0	0	0	0:00:00

TABLA 23: VISIBILIDAD COMARCAS DE VALENCIA

COMARCAS DE VALENCIA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
L'Horta Oest	84	2777	2912	5689	1:34:49
La Foia de Bunyol	21	592	804	1396	0:23:16
La Safor	14	138	958	1096	0:18:16
L'Horta Nord	12	796	256	1052	0:17:32
El Camp de Túria	14	640	388	1028	0:17:08
La Ribera Alta	17	232	723	955	0:15:55
L'Horta Sud	13	471	419	890	0:14:50
El Camp de Morvedre	11	190	575	765	0:12:45
La Vall de Cofrents	8	35	474	509	0:08:29
La Plana de Utiel	5	94	338	432	0:07:12
La Costera	7	222	174	396	0:06:36
Els Serrans	4	206	170	376	0:06:16
La Ribera Baixa	4	120	142	262	0:04:22
La Vall d'Albaida	1	25	0	25	0:00:25
El Rincón de Ademúz	0	0	0	0	0:00:00
La Canal de Navarrés	0	0	0	0	0:00:00

TABLA 24: VISIBILIDAD COMARCAS DE CASTELLÓN

COMARCAS DE CASTELLÓN	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
La Plana Baixa	69	2021	2483	4504	1:15:04
La Plana Alta	59	1066	2787	3853	1:04:13
L'Alcalaten	15	62	797	859	0:14:19
Baix Maestrat	11	408	205	613	0:10:13
L'Alt Palància	6	331	0	331	0:05:31
Els Ports	2	0	66	66	0:01:06
Alt Maestrat	0	0	0	0	0:00:00
L'Alt Millars	0	0	0	0	0:00:00

TABLA 25: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN L'ALACANTÍ

L'ALACANTÍ					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>CULTURA</b>	23	1316	1081	2397	0:39:57
<b>SOCIEDAD</b>	27	1203	843	2046	0:34:06
<b>POLÍTICA</b>	22	300	1251	1551	0:25:51
<b>ECONOMÍA</b>	20	1237	95	1332	0:22:12
<b>DEPORTES</b>	11	327	352	679	0:11:19
<b>SUCESOS</b>	8	223	185	408	0:06:48
<b>TRIBUNALES</b>	5	163	214	377	0:06:17

TABLA 26: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN LA MARINA ALTA

LA MARINA ALTA					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>SOCIEDAD</b>	6	11	377	388	0:06:28
<b>SUCESOS</b>	6	47	310	357	0:05:57
<b>CULTURA</b>	2	0	153	153	0:02:33

TABLA 27: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN LA MARINA BAIXA

LA MARINA BAIXA					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>ECONOMÍA</b>	7	161	319	480	0:08:00
<b>CULTURA</b>	2	0	197	197	0:03:17
<b>SOCIEDAD</b>	2	0	115	115	0:01:55
<b>POLÍTICA</b>	2	89	0	89	0:01:29
<b>SUCESOS</b>	2	0	74	74	0:01:14
<b>DEPORTES</b>	1	33	0	33	0:00:33

TABLA 28: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN L'ALCOIÀ

L'ALCOIÀ					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>SOCIEDAD</b>	5	118	188	306	0:05:06
<b>CULTURA</b>	5	216	80	296	0:04:56
<b>ECONOMÍA</b>	1	0	113	113	0:01:53
<b>POLÍTICA</b>	3	101	0	101	0:01:41
<b>SUCESOS</b>	1	45	0	45	0:00:45

TABLA 29: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN EL BAIX SEGURA

BAIX SEGURA					
AREA TEMÁTICA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>SUCESOS</b>	4	151	34	185	0:03:05
<b>DEPORTES</b>	1	110	0	110	0:01:50
<b>POLÍTICA</b>	1	0	82	82	0:01:22
<b>ECONOMÍA</b>	1	79	0	79	0:01:19
<b>SOCIEDAD</b>	2	26	38	64	0:01:04

TABLA 30: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN EL VINALOPÓ MITJÀ

VINALOPÓ MITJÀ					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>SOCIEDAD</b>	4	105	305	410	0:06:50
<b>ECONOMÍA</b>	2	101	109	210	0:03:30
<b>POLÍTICA</b>	2	0	102	102	0:01:42

TABLA 31: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN EL BAIX VINALOPÓ

BAIX VINALOPÓ					
AREA TEMÁTICA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>DEPORTES</b>	49	1890	1478	3368	0:56:08
<b>SOCIEDAD</b>	9	247	359	606	0:10:06
<b>CULTURA</b>	7	446	150	596	0:09:56
<b>SUCESOS</b>	5	0	219	219	0:03:39
<b>POLÍTICA</b>	3	106	51	157	0:02:37
<b>ECONOMÍA</b>	1	0	102	102	0:01:42

TABLA 32: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN EL COMTAT

EL COMTAT					
AREA TEMÁTICA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>SOCIEDAD</b>	2	53	52	105	0:01:45
<b>SUCESOS</b>	2	51	10	61	0:01:01

TABLA 33: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN L'HORTA NORD

L'HORTA NORD					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>SOCIEDAD</b>	5	486	124	610	0:10:10
<b>SUCESOS</b>	4	146	84	230	0:03:50
<b>CULTURA</b>	1	126	0	126	0:02:06
<b>DEPORTES</b>	1	0	48	48	0:00:48
<b>ECONOMÍA</b>	1	38	0	38	0:00:38

TABLA 34: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN L'HORTA OEST

L'HORTA OEST					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>DEPORTES</b>	54	1181	2301	3482	0:58:02
<b>SOCIEDAD</b>	16	930	383	1313	0:21:53
<b>SUCESOS</b>	6	237	193	430	0:07:10
<b>CULTURA</b>	2	142	35	177	0:02:57
<b>ECONOMÍA</b>	3	167	0	167	0:02:47
<b>POLÍTICA</b>	2	64	0	64	0:01:04
<b>TRIBUNALES</b>	1	56	0	56	0:00:56

TABLA 35: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN L'HORTA SUD

L'HORTA SUD					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>ECONOMÍA</b>	4	166	103	269	0:04:29
<b>SOCIEDAD</b>	3	232	0	232	0:03:52
<b>SUCESOS</b>	3	25	146	171	0:02:51
<b>DEPORTES</b>	1	0	109	109	0:01:49
<b>TRIBUNALES</b>	1	0	61	61	0:01:01
<b>POLÍTICA</b>	1	48	0	48	0:00:48



TABLA 36: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN EL CAMP DE TÚRIA

EL CAMP DE TÚRIA					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>SOCIEDAD</b>	5	406	38	444	0:07:24
<b>SUCESOS</b>	5	115	146	261	0:04:21
<b>POLÍTICA</b>	2	84	158	242	0:04:02
<b>DEPORTES</b>	1	0	46	46	0:00:46
<b>TRIBUNALES</b>	1	35	0	35	0:00:35

TABLA 37: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN LA RIBERA ALTA

LA RIBERA ALTA					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>SUCESOS</b>	7	136	193	329	0:05:29
<b>POLÍTICA</b>	3	0	222	222	0:03:42
<b>DEPORTES</b>	2	0	127	127	0:02:07
<b>SOCIEDAD</b>	1	0	121	121	0:02:01
<b>ECONOMÍA</b>	2	0	60	60	0:01:00
<b>TRIBUNALES</b>	1	51	0	51	0:00:51
<b>CULTURA</b>	1	45	0	45	0:00:45

TABLA 38: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN LA RIBERA BAIXA

LA RIBERA BAIXA					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>SOCIEDAD</b>	1	0	85	85	0:01:25
<b>CULTURA</b>	1	67	0	67	0:01:07
<b>SUCESOS</b>	1	0	57	57	0:00:57
<b>TRIBUNALES</b>	1	53	0	53	0:00:53

TABLA 39: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN EL CAMP DE MORVEDRE

<b>CAMP DE MORVEDRE</b>					
<b>AREA</b>	<b>Nº PIEZAS</b>	<b>TIEMPO 2014 (segundos)</b>	<b>TIEMPO 2015 (segundos)</b>	<b>TIEMPO TOTAL (segundos)</b>	<b>HH.MM.SS</b>
<b>SOCIEDAD</b>	3	77	203	280	0:04:40
<b>SUCESOS</b>	4	28	189	217	0:03:37
<b>ECONOMÍA</b>	1	0	141	141	0:02:21
<b>CULTURA</b>	2	85	0	85	0:01:25
<b>POLÍTICA</b>	1	0	42	42	0:00:42

TABLA 40: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN LA SAFOR

<b>LA SAFOR</b>					
<b>AREA</b>	<b>Nº PIEZAS</b>	<b>TIEMPO 2014 (segundos)</b>	<b>TIEMPO 2015 (segundos)</b>	<b>TIEMPO TOTAL (segundos)</b>	<b>HH.MM.SS</b>
<b>SOCIEDAD</b>	4	0	337	337	0:05:37
<b>SUCESOS</b>	3	0	277	277	0:04:37
<b>TRIBUNALES</b>	2	0	178	178	0:02:58
<b>ECONOMÍA</b>	1	0	109	109	0:01:49
<b>POLÍTICA</b>	3	51	57	108	0:01:48
<b>CULTURA</b>	1	87	0	87	0:01:27

TABLA 41: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN LA VALL D'ALBAIDA

<b>LA VALL D'ALBAIDA</b>					
<b>AREA</b>	<b>Nº PIEZAS</b>	<b>TIEMPO 2014 (segundos)</b>	<b>TIEMPO 2015 (segundos)</b>	<b>TIEMPO TOTAL (segundos)</b>	<b>HH.MM.SS</b>
<b>SUCESOS</b>	1	25	0	25	0:00:25

TABLA 42: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN LA VALL DE COFRENTS

LA VALL DE COFRENTS					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>SOCIEDAD</b>	7	35	364	399	0:06:39
<b>SUCESOS</b>	1	0	110	110	0:01:50

TABLA 43: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN ELS SERRANS

LA COSTERA					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>CULTURA</b>	4	222	67	289	0:04:49
<b>POLÍTICA</b>	3	0	107	107	0:01:47

TABLA 44: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN LA PLANA DE UTIEL

LA PLANA DE UTIEL					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>SOCIEDAD</b>	2	0	171	171	0:02:51
<b>ECONOMÍA</b>	2	0	167	167	0:02:47
<b>CULTURA</b>	1	94	0	94	0:01:34

TABLA 45: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN LA FOIA DE BUNYOL

LA FOIA DE BUNYOL					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>DEPORTES</b>	15	107	804	911	0:15:11
<b>ECONOMÍA</b>	1	162	0	162	0:02:42
<b>CULTURA</b>	1	95	0	95	0:01:35
<b>TRIBUNALES</b>	2	94	0	94	0:01:34
<b>SUCESOS</b>	1	81	0	81	0:01:21
<b>SOCIEDAD</b>	1	53	0	53	0:00:53

TABLA 46: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN ELS SERRANS

ELS SERRANS					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>SUCESOS</b>	2	75	126	201	0:03:21
<b>SOCIEDAD</b>	1	131	0	131	0:02:11
<b>CULTURA</b>	1	0	44	44	0:00:44

TABLA 47: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN LA PLANA ALTA

LA PLANA ALTA					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>CULTURA</b>	13	197	826	1023	0:17:03
<b>SOCIEDAD</b>	11	284	638	922	0:15:22
<b>POLÍTICA</b>	17	214	605	819	0:13:39
<b>TRIBUNALES</b>	9	371	86	457	0:07:37
<b>SUCESOS</b>	5	0	299	299	0:04:59
<b>DEPORTES</b>	3	0	237	237	0:03:57
<b>ECONOMÍA</b>	1	0	96	96	0:01:36

TABLA 48: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN LA PLANA BAIXA

LA PLANA BAIXA					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>DEPORTES</b>	58	1844	1972	3816	1:03:36
<b>SUCESOS</b>	5	55	307	362	0:06:02
<b>SOCIEDAD</b>	3	122	119	241	0:04:01
<b>CULTURA</b>	1	0	61	61	0:01:01
<b>POLÍTICA</b>	2	0	24	24	0:00:24

TABLA 49: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN L'ALT PALÀNCIA

L'ALT PALÀNCIA					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>SUCESOS</b>	4	227	0	227	0:03:47
<b>SOCIEDAD</b>	1	66	0	66	0:01:06
<b>POLÍTICA</b>	1	38	0	38	0:00:38

TABLA 50: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN L'ALCALATEN

L'ALCALATEN					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>SOCIEDAD</b>	13	62	663	725	0:12:05
<b>DEPORTES</b>	1	0	112	112	0:01:52
<b>POLÍTICA</b>	1	0	22	22	0:00:22

TABLA 51: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN ELS PORTS

ELS PORTS					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>POLÍTICA</b>	2	0	66	66	0:01:06

TABLA 52: ÁREAS TEMÁTICAS LOCALIZADAS EN EL BAIX MAESTRAT

BAIX MAESTRAT					
AREA	Nº PIEZAS	TIEMPO 2014 (segundos)	TIEMPO 2015 (segundos)	TIEMPO TOTAL (segundos)	HH.MM.SS
<b>SOCIEDAD</b>	3	258	0	258	0:04:18
<b>SUCESOS</b>	5	66	162	228	0:03:48
<b>POLÍTICA</b>	2	57	43	100	0:01:40
<b>DEPORTES</b>	1	27	0	27	0:00:27

