

La televisión local pública: plataforma para contenidos de servicio al ciudadano

The local public television: a platform for contents of citizen service

Carmen Del Rocío Monedero Morales
Málaga (España)

RESUMEN

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

En el caso español, el sector de la televisión local se ha visto obligado a autorregularse y ha acabado sometido a los intereses de los grandes grupos de comunicación pero en el caso de las televisiones municipales existe la obligación de prestar un servicio al ciudadano, sacrificando, si fuese necesario, la rentabilidad comercial.

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, una atención que va más allá de los telediarios clásicos (las noticias) y que se extiende hacia otros géneros, como los reportajes, las entrevistas, las tertulias, los debates, los *talk-shows*, los documentales, los *magazines* de actualidad, etc. Por su parte, los receptores premian esta proximidad con un elevado nivel de audiencia.

Por ello la comunicación constará de varias partes interrelacionadas y abordará los siguientes puntos:

- La descripción del fenómeno comunicativo local en el caso de la televisión pública.
- Distinguir entre los distintos tipos de producción y la variada tipología de programas.
- Analizar la estructura, el funcionamiento y la programación de las emisoras, así como el cumplimiento de la función de servicio público, para diagnosticar el estado de salud de este fenómeno.
- Estudiar de qué modo se interrelacionan las concepciones de democracia, proximidad, servicio público y comunicación para fundamentar el campo de la «comunicación al servicio del ciudadano».
- Además, se propondrán un conjunto de alternativas y valoraciones prospectivas que permitan llevar a cabo una práctica comunicativa de proximidad al servicio de la ciudadanía.

ABSTRACT

In the search of television models which emit contents of quality, the public local television is a platform inimitable and indispensable since it is the local communication of public character the one that facilitates the access from the civil society to the medias like contribution to the democratization of the society. It is since of develop it exists the possibility that these medias become tools that reduce the social differences among collective minority, between the rural means and the metropolitan areas, etc. Also, is necessary that the citizenship enjoys a bigger level of information on the politics that carry out their administrators and these of knowing the restlessness of their administered.

In the Spanish case, the sector of local television has been forced to be autoregulated and it has ended up subjected to the interests of the big communication groups but in the case of municipal televisions the obligation exists of lending a service to the citizen, sacrificing, if was necessary, the commercial profitability.

The concept of *nearness* applied to television has to do with the idea that between the TV station and its receivers a scenario of shared experiences exists, sew that, in definitive, it will be reflected in the contents of the programming. The main concretion of this pact of nearness, or complicity between the audience and the TV station, is the preferable attention that these televisions pay to the relative informative contents to the own reference territory, an attention that goes beyond the classic telediarios (the news) and that it extends toward other goods, as the reports, the interviews, the gatherings, the debates, the talk-shows, the documentary, the magazines of present time, etc. On the other hand, the receivers reward this nearness with a high audience level.

For it the communication will consist of several interrelated parts and it will approach the following points:

- The description of the local talkative phenomenon in the case of public television.
- To distinguish between the different production types and the varied type of programs.
- To analyze the structure, the operation and the programming of the TV stations, as well as the execution of the function of public service, to diagnose the state of health of this phenomenon.
- To study of what way the democracy conceptions are interrelated, nearness, public service and communication to base the field from the communication to the service of the citizen'.
- Also, they will intend a group of alternative and prospective valuations that allow to carry out a talkative practice of nearness to the service of the citizenship.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Comunicación local, servicio público, proximidad, programación local.
Local communication, public service, nearness, local programming.

La comunicación local de carácter público es indispensable debido a que facilita el acceso de la sociedad

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

El sector de la televisión local se ha visto obligado a autorregularse y ha acabado sometido a los intereses de los grandes grupos de comunicación pero en el caso de las televisiones municipales existe la obligación de prestar un servicio al ciudadano, sacrificando, si fuese necesario, la rentabilidad comercial.

Son televisiones locales aquellos medios de comunicación circunscritos a una o varias localidades próximas geográficamente, que emiten con regularidad, en las que la producción propia constituye el pilar sobre el que se asienta el resto de la programación y en la que los contenidos destacan la cultura autóctona de la comunidad, permitiendo la participación ciudadana. El término local no sólo hace referencia al ámbito de recepción de la televisión, los contenidos de la programación y el personal que emplee la televisión también tienen que pertenecer a esa circunscripción.

Hoy se tiende a cambiar el concepto de local por el de proximidad. Una proximidad no reducida a su aspecto territorial, sino abierta a otras dimensiones de afinidades sociales, laborales, idiomáticas, culturales y de cualquier otro tipo de interés común. 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, una atención que va más allá de los telediarios clásicos (las noticias) y que se extiende hacia otros géneros, como los reportajes, las entrevistas, las tertulias, los debates, los *talk-shows*, los documentales, los *magazines* de actualidad, etc. Por su parte, los receptores premian esta proximidad con un elevado nivel de audiencia.

La televisión local municipal fundamenta su existencia en la proximidad física y referencial a los telespectadores. La razón de ser de estos medios es servir como una herramienta democratizadora más, para lo que es indispensable mantener una estrecha relación con su audiencia, tratar de reducir las desigualdades entre la ciudadanía y reforzar la cultura autóctona.

Este fenómeno comunicativo tiene mucha fuerza debido a que emisor y el receptor poseen fuertes rasgos comunes, tanto en el mensaje como en el código. Así, mientras la actitud del telespectador es más pasivo ante los mensajes que recibe de los grandes medios, se comporta de una forma más crítica y consciente ante la comunicación local, debido al mayor grado de identificación con el mensaje ya que el referente se encuentra más próximo y cuenta con más elementos de juicio para valorar y analizar el mensaje (esto sucede incluso en procesos comunicativos unidireccionales).

Uno de los factores clave para que se dé esta cercanía entre las partes es el origen de la programación. Mientras las grandes televisiones emiten la mayoría de su programación enlatada y muy estándar, las televisiones locales, y especialmente las municipales por poseer más recursos, deben producir una programación específica, muy cercana para una audiencia muy concreta. La producción es el hacer programas, así se puede distinguir entre producción propia, producción ajena y producción asociada:

- Producción propia es la que se hace en la propia televisión, puede ser en directo o grabada. Es más cara que comprar los programas al mercado pero desarrolla la cultura local y la industria local, porque la suele realizar gente que es de la localidad. También es participativa porque los ciudadanos que no participarían nunca en la vida pública, se involucran en ella.

- Producción ajena es la que se compra. Es más barata que la anterior pero importa una cultura exterior y el dinero que se gasta sirve para el desarrollo de otras culturas, que es lo que en el ámbito macrotelevisivo sucede con las producciones norteamericanas. Tampoco favorece la economía de la población, ya que no se produce en ella luego no crea puestos de trabajo, ni es participativa. No se puede vincular a lo que sería la esencia de un servicio público.

- Producción asociada es aquella que produce la propia televisión, pero asociada a otro agente que, a su vez, aporta algunos elementos: desde una sociedad de actores hasta una empresa de vídeo.

- También se puede dar una cuarta fórmula que son las coproducciones en las que dos televisiones se unen para hacer un programa. Los modelos de programación varían en función de la titularidad de la emisora y de su sistema de emisión. En el caso de las televisiones locales municipales, éstas elaboran una declaración de intenciones sobre los principios programáticos que seguirán las emisiones, que en el caso de todas las televisiones encuestadas en mi investigación, son autodefinidos como la prestación de un servicio público. La parrilla plasma la política de programación de las instituciones emisoras, concretando las variables que se toman en cuenta y reflejando las opciones que se acatan respecto a los contenidos. El análisis de la parrilla de programación tiene un papel trascendente para determinar el grado de adecuación existente entre los objetivos declarados por las instituciones emisoras y su plasmación real en unos géneros y programas concretos.

Pero no todas las televisiones locales municipales emiten un mismo tipo de programación o producen el mismo tipo de contenidos, cada ayuntamiento planifica la línea que seguirán sus medios de comunicación según sus objetivos y su financiación. Las emisoras de titularidad pública se pueden clasificar en función de las fuentes de financiación y de la filosofía del proyecto, ya que las administraciones locales copian los dos modelos existentes en los diferentes medios de comunicación, de la siguiente forma:

- Públicas con carácter comercial: es el modelo televisivo dominante que se entiende como un servicio público a la comunidad pero que opta por la doble vía de financiación, pública (subvenciones municipales) y emisión de publicidad, para reducir costes de producción. El hecho de optar por la doble vía de financiación no debería desvirtuar la filosofía inicial del proyecto pero se observa que la mayoría de estas emisoras han

experimentado la misma evolución que las grandes cadenas nacionales y regionales, abandonando parte de esa filosofía inicial para buscar sólo el entretenimiento con fines comerciales. Al ser públicas, en sus órganos de dirección deben estar representadas todas las fuerzas políticas de la corporación local. 3.40 TV y Onda Jerez son ejemplos de este tipo de televisiones públicas locales. Se deberían de crear un tipo de soluciones que atendieran ciertas especificidades locales concretas. Hay que evitar el solapamiento y tratar de no crear inversiones públicas sobre aspectos que están ya ampliamente cubiertos por la iniciativa privada o incluso por soluciones públicas desde una instancia territorial superior. Este es un principio que está expresado en la «sombrija» de Ross, un teórico americano que habla de la gradación territorial de los medios, y cómo estos tienen que ajustarse en su ambiente a su entorno, y si salen de su entorno no sólo no están cumpliendo sus objetivos sino que están cavando la fosa de su autodestrucción.

- Públicas de servicio a la comunidad: están promovidas y financiadas íntegramente por el ayuntamiento luego la publicidad no existe, realizándose tan solo campañas promocionales de concienciación ciudadana. Su precedente está en las emisoras de radio municipales con una programación de índole sociocultural basada en la información, la animación y la participación en relación con la vida de la ciudad, entendida como un servicio más a la comunidad. Esta televisión adquiere una clara vocación de escuela pública donde se imparten cursos de aprendizaje para los jóvenes. La únicas emisoras de este tipo que se ha mantenido en Andalucía han sido la TV Municipal de Córdoba (1985-1995), que emitía por cable y El Faro TV (Roquetas de Mar), el resto pasaron por este modelo hasta desembocar en el de carácter comercial.

La programación es el lugar de encuentro entre los objetivos planteados por las televisiones locales y las posibilidades reales de alcanzarlos. Muchas televisiones han desarrollado modelos más próximos a las televisiones comerciales, procurando la convivencia del servicio público con la obtención de fondos publicitarios aunque se ciñen a los objetivos que reconocían en el momento de su nacimiento. Este el caso, por ejemplo de 3.40 TV, la televisión municipal de Mijas (Málaga). Pero en la totalidad de las emisoras encuestadas en este estudio se da un alto grado de adecuación entre su principal objetivo, el ofertar un servicio público más a la ciudadanía, y la mayor parte de la programación, que se planifica siguiendo los criterios de proximidad, participación ciudadana, información, cultura, etc.

Estas televisiones se convierten en auténticos instrumentos de información sobre los asuntos de la localidad y posibilitan el acceso de los actores sociales al medio, permitiendo la expresión directa. Su implicación absoluta en la localidad les convierte en dinamizadores de la vida colectiva y en auténticas instituciones socioculturales en sí mismas, además de convertirse en un ámbito de agregación, muy especialmente para la juventud.

Los contenidos locales se dan necesariamente en la producción propia. Es prácticamente imposible que una televisión local mantenga los tiempos de antena habituales en las cadenas nacionales con el único recurso de la producción propia. Así que se dan dos posibilidades, limitar el tiempo en antena al número de horas de capacidad de producción propia, como es el caso de TV Aracena -cuya programación cubre tres horas diarias y el resto del tiempo emite un teletexto- o combinar los dos tipos de producción como 3.40 TV.

Las televisiones locales tienen que ser las televisiones del ciudadano, las que reflejen sus pequeños problemas, aquellos que no salen nunca en ningún medio y que muchas veces, verlos reflejados en la pantalla significa que su problema ha sido tenido en cuenta. Uno de los aspectos más importantes que tienen que contemplar las televisiones locales es el sociológico, porque los vecinos cuando se ven reflejados en la pequeña pantalla con sus vivencias diarias le dan más credibilidad y firmeza a la televisión, y ahí está su razón de ser.

La televisión local municipal puede ser un elemento muy importante para potenciar los valores colectivos. Es interesante que se preste una especial atención a los pequeños y a los no tan pequeños, para que a través de esta comunicación y de esta participación, se potencien los valores colectivos a través de los medios municipales, y que sirvan un poco de freno a lo que la propia sociedad está potenciando, que no son más que los valores individuales. 3.40 TV, por ejemplo, emite el informativo diario «News&views», dirigido al gran colectivo de extranjeros, procedentes del norte de Europa, que residen en esta localidad o el programa «Haciendo Pueblos», en el que cada semana se cede el micrófono a una de las asociaciones de Mijas; «Faro Diario» en el Faro TV (la televisión municipal de Roquetas de Mar en Almería) es otro ejemplo, así como «Voz y Voto» y «El ciudadano tiene la palabra» de Onda Jerez (la televisión municipal Jerez de la Frontera).

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

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

Dentro de la parrilla de programación de las emisoras estudiadas se dan ciertos programas que se repiten en casi todas y cuyas características son muy parecidas en unas y otras, tales programas son los siguientes:

- Noticiarios: son diferentes a los de la televisión convencional ya que los contenidos se limitan a los asuntos de la localidad o a los que, aún siendo generados fuera de ésta, tengan una repercusión directa en la localidad. Onda Jerez TV emite cuatro noticiarios diarios. La participación ciudadana es fundamental en el informativo diario de Onda Minera (Nerva).

- Reportajes: son un complemento de los noticiarios y pueden ser en directo o grabados. Los que se emiten en directo suelen tratar temáticas municipales tales como plenos del Ayuntamiento. Los ya grabados

versan sobre temáticas más variadas como por ejemplo la recuperación de la memoria histórica. Es el caso del programa «Nuestra tierra», emitido por 3.40 TV. (véase Anexo IV). Los reportajes también se utilizan dentro de otros programas, como en los magazines.

- Entrevistas: se suelen realizar a personajes de la localidad o la comarca aunque puntualmente se realizan a personajes de otras procedencias. Además de personas «notables» tienen cabida personas más anónimas como responsables de entidades y asociaciones locales.

- Debates: son interesantes a la hora de abordar problemas de la localidad. Un completo programa de debates es « El Patinillo» de TeleUtrera, en el que se lleva a cabo un análisis y reflexión social sobre temas de actualidad, la defensa de los derechos constitucionales y promueve la igualdad sin distinción de sexo, raza, o religión. La mayor parte de sus emisiones se realizan en directo, siempre con gran éxito de audiencia. Su objetivo se centra en divulgar opiniones a través de debates abiertos, tanto con invitados en plató como con los telespectadores a través del teléfono. «El Patinillo», incluye en su formato, además de las tertulias entre invitados, entrevistas a personajes de Utrera, tanto públicos o populares, como desconocidos.

- Magazines: son menos abundantes en las parrillas debido a la gran cantidad de recursos que requieren. Tenemos como ejemplo «Jerez Cuenta», de Onda Jerez. (Véase Anexo IV). Contienen entrevistas, reportajes y música como norma general. Estos espacios tratan temas que no encuentran cabida en otros programas. Es el caso de «El Bulevar», de TeleUtrera, un espacio de divulgación intelectual con el objetivo de entretener e informar de todo lo que puede interesar en el mundo de la cultura, prestándole especial atención a todo lo relacionado con Utrera. Este programa incluye en su formato, espacios de tertulias con invitados y temas de la actualidad cultural, reportajes de exposiciones, información sobre estrenos de eventos, costumbres autóctonas, temas cofrades, el flamenco o la música en general, en definitiva una apuesta por conocer mejor valores culturales y lingüísticos.

- Programas de historia, tradición y entorno: bajo el formato de documental tratan temas históricos, culturales, tradicionales, geográficos, urbanísticos, arqueológicos, etc. Sus principales objetivos van desde la recuperación de la memoria histórica hasta la conexión con el entorno. Su elaboración es muy compleja ya que requieren tareas de documentación, localización, etc.

- Programas de medicina y salud: conectan con la creciente sensibilidad de la población con estos temas y pueden incluir entrevistas con expertos o mini reportajes. Por ejemplo, « La Salud y La Vida », de TeleUtrera, programa divulgativo de información médica donde se informa de todos los temas relacionados con la medicina familiar de actualidad siempre teniendo en cuenta el carácter humano, didáctico y educativo a la hora de ofrecer consejos de una forma coloquial comprensible para todos sus telespectadores.

- Programas de entidades locales: nacen fruto de la vocación de la televisión de relacionarse con las entidades que dinamizan la vida cultural y asociativa de la localidad. Por ejemplo «Pleno Ordinario», de Onda Jerez. (Véase Anexo IV).

- Deportivos: están muy extendidos en las televisiones locales ya que cuentan con una audiencia muy fiel como son los aficionados, pues para ellos es una novedad poder ver a los equipos en los que participan amigos y familiares en el medio televisivo. Se dan dos tipos: las retransmisiones y los programas de información monográfica. «Polideportivo», de Onda Jerez y 3.40 «Deportes» y «Minuto 90» de 3.40 TV son ejemplos. (Véase Anexo IV). Esta temática se aborda también en los informativos.

- Concursos: su estructura es muy sencilla, permiten la participación en el plató y/o por teléfono de la gente. Se adecuan muy bien a la captación de la publicidad local. Un ejemplo de este tipo de programación es ¡Ay!, Utrera de mi «arma», programa de variedades, con un peculiar estilo desenfadado y divertido, en el que los telespectadores pueden participar en un concurso con diferentes juegos para conseguir regalos que los propios patrocinadores ofrecen al público, combinándose también con la posibilidad de que den sus opiniones sobre diferentes temas de la actualidad local. (Véase Anexo IV).

- Cine: este tipo de programación aleja a las televisiones de sus señas de identidad entre las que destaca el programar producciones propias. Consiguen arrastrar a mucha audiencia.

- Programas musicales: es necesaria la existencia de grupos musicales locales y de los suficientes medios técnicos (aunque el play-back puede subsanar la deficiencia de éstos). En ocasiones se limitan a la emisión de video clips y su objetivo es captar al público juvenil.

- Varios: programas infantiles, religiosos, de cocina, científicos, paracientíficos, etc. Como «La cocina de Pedro Subijana», de Onda Jerez o « La Línea de la Verdad », de TeleUtrera, programa de entretenimiento, que se emite en directo, con el objetivo de divertir y al tiempo, atender la gran demanda que tienen entre los ciudadanos los temas relacionados con las llamadas «ciencias ocultas», bien sea a través de entrevistas o de consultas telefónicas sobre misterios, videncias, cartomancia, parapsicología, etc. (véase Anexo IV).

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

Una de las principales características de los informativos locales es la estrecha relación que mantienen con la audiencia. La objetividad se convierte en una referencia obligada ya que gran parte de las informaciones pueden ser contrastadas por los espectadores. La demanda de información próxima se convierte en una de las principales causas de la aparición de estos medios. La mayoría de los informativos se elaboran en directo, modo que los dota de una mayor naturalidad, objetividad, transparencia, etc. TeleUtrera cuenta con dos tipos de informativos, «TU Noticias», que se emite de lunes a viernes y dura quince minutos, en el que se dan a conocer las noticias que se van desarrollando en la ciudad, como actos locales, convocatorias, gestión municipal, actividades culturales, políticas y deportivas, etc.;. Por otro lado, «Resumen Informativo», es una extensa recopilación, elaborada por los servicios informativos, de las noticias más

importantes difundidas a lo largo de la semana para facilitar al telespectador un mejor acceso a la información de la localidad, emitiéndose también este programa en un día y horario diferente.

En casos puntuales se realizan además otros informativos especializados que identifican aun más la televisión con la localidad. Por ejemplo informativos diarios en inglés, francés y alemán, dirigidos al sector turístico y a los residentes extranjeros en la zona (3.40, TV Motril) o secciones fijas en los informativos dedicadas a los precios diarios que alcanzan los productos agrarios en los mercados de mayoristas, es decir, una especie de información bursátil para los agricultores (TV Ejido, TV Adra, Tele Níjar).

Las televisiones locales municipales han dedicado todos sus esfuerzos a la conexión con su entorno en el conjunto de su programación. Así la estructura de ésta se asienta sobre el macro-género informativo. Incluso cuando se dan otros géneros, éstos aparecen combinados con dimensiones informativas, es el caso de las entrevistas, de programas deportivos, culturales, debates, reportajes de contenidos locales

Según Navarro entre los programas divulgativos destacan los que ofrecen un servicio público al ciudadano y los que sirven para fomentar la cultura autóctona. La Consejería de Educación de la Junta de Andalucía viene firmando una serie de convenios para producir programas educativos o difundir reportajes sobre contenidos de la enseñanza reglada. Aunque según estudiosos como Lorenzo Vilches, del cartel de las tres promesas que los comunicólogos colgaron al medio televisivo y que se asumieron como funciones propias a su naturaleza: informar, entretener y educar la única que ha fracasado como gran promesa es la de educar. Aún defendiendo el valor informativo de la televisión más allá del puro entretenimiento, como así lo creo, no se debe confundir información con conocimiento. La información no produce conocimiento. Éste no se produce sin una acción mediadora por parte de un sujeto. Sólo se puede impartir información, el conocimiento se adquiere.

En esta línea, TeleUtrera emite el espacio «Documental», dedicado a reportajes que informen sobre distintas realidades o formas de vida que pueden interesar a todos los ciudadanos, este programa da prioridad a todos los trabajos que promuevan el fomento de la conciencia de identidad andaluza, la optimización en la utilización de los recursos naturales y la preservación del medio ambiente, así como la promoción de nuestra agricultura, industria y turismo.

En televisión, la calidad responde a una concepción multidimensional de la competitividad: profesionalidad, innovación y relevancia social de su producción.

Es, también, una televisión que aúna capacitación técnica con competencia comunicativa en la interpelación y construcción de públicos, y que junto a un alto sentido de la diversidad, tanto social como ideológica y cultural, tiene una especial sensibilidad para la construcción de lenguajes comunes.

Es de calidad una televisión que desarrolla lo que caracteriza su propia capacidad como medio de comunicación, esto es la de captar la vida, sus rutinas y sus sorpresas, sus inercias y sus «milagros», al mismo tiempo la que expresa una estética propia mediante la permanente experimentación de sus lenguajes y expresividades.

Finalmente, la identidad institucional se le da a la televisión cultural sólo con base en una propuesta peculiar de programación y de diseño visual y expresivo, esto es, de articulación de géneros y configuración de franjas no solamente horarias o por edades sino temáticas y discursivas. Esta identidad debe ser reconocida tanto por el rating como por los estudios cualitativos de audiencia.

La televisión pública debe diseñarse como un sistema que pensado como un todo integral deje de lado la perspectiva de lo escolarizado para ganar la dinámica del flujo y la diversidad cultural. Esto significa que:

- El medio ambiente se debe integrar a la programación pero no como temática sino como perspectiva de encuentro entre lo humano y lo natural, entre lo cultural y lo educativo, entre la memoria y la juventud.

- La salud no es una temática que se hace televisión sino que aparece como estilos de vida saludables, productivos y sanos que se deben promover a lo largo de la programación.

- Los valores no son un contenido sino una práctica vital que se convierte en historias que atraviesan todo el flujo televisivo del canal público.

- Los niños no deben ser temática construida desde los adultos sino campo expresivo, con voz propia y autoridad de sentido, los niños deben dejar de ser contenido y repensados como actores sociales.

- El maestro no es un sujeto a «educar» sino a integrar con los medios de comunicación, un trabajador de la cultura en cuanto se vincula desde su oficio a la construcción del nuevo ciudadano.

- Lo educativo no es problema curricular de contenidos o de escolaridad sino de construcción de sentido social desde los nuevos lenguajes y saberes. Esto quiere decir que no hay programas de contenido educativo sino que toda la programación tiene una intencionalidad formativa dentro del proyecto de nación.

- Lo cultural no es una temática para hablar de las bellas artes y el folclore sino un campo para generar sentido público y reconocimiento como nación plural y diversa. Esto significa que no hay programas culturales sino un canal que construye un paisaje simbólico común y diverso para toda una comunidad.

Concluyo citando el Manifiesto por una televisión pública y de calidad en Colombia:

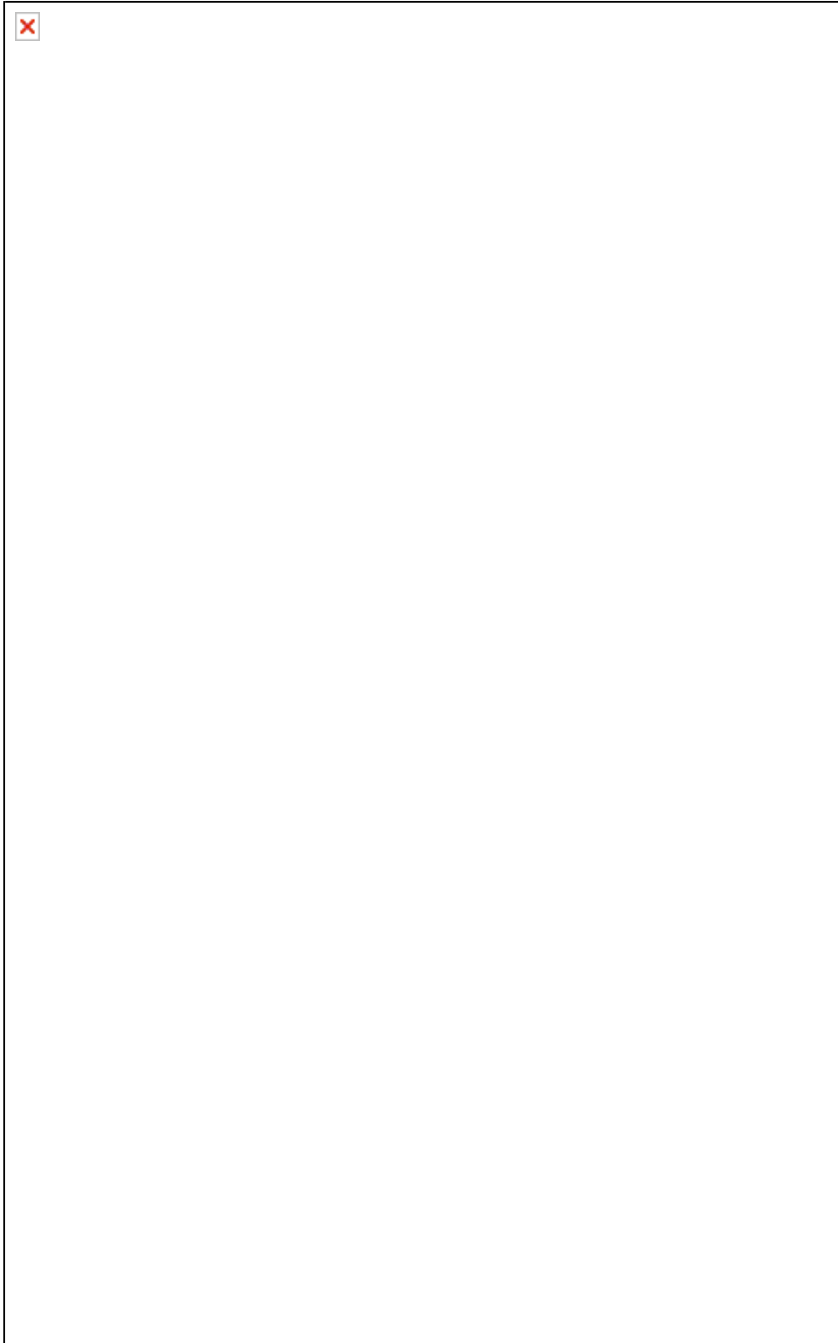
- La televisión pública interpela al ciudadano mientras la televisión comercial le habla al consumidor.

- La televisión pública debe ser el escenario del diálogo nacional intercultural.
- La televisión pública debe promover lo universal que no pasa por lo comercial.
- La televisión pública debe dejar de pensarse como secuencia lineal y curricular de la escuela para ganar el proceso y el flujo propio de las narrativas audiovisuales.
- La televisión pública debe hacer programas de gran impacto, que se conviertan en hechos sociales y ameriten repetición.
- La televisión pública debe recuperar lo gozoso, divertido, significativo, seductor y afectivo que promueve la televisión, la cultura y la educación.
- La televisión pública debe ampliar las posibilidades simbólicas para la construcción de ciudadanía, democracia y sociedad civil.
- La televisión pública debe ser una experiencia cultural en sí misma por la expresión, sensibilidades y sentidos que promueve.
- La televisión pública debe formar a los televidentes en los ámbitos de la lectura crítica de las imágenes y del control ciudadano sobre el canal.
- La televisión pública debe garantizar procesos de asignación de espacios transparentes y participativos por méritos, por convocatoria pública.

MARTES, 30 MARZO 2.004

ONDA JEREZ TV.

Programas / Bloques	Hora Inicio Programa	o Duración Programa	B Duración Bloque +
LAS NOTICIAS (M)	7.30.00	0.54.00	0.06.00
DIBUJOS ANIMADOS Robotronix Cap.112	8.30.00	0.30.00	
CAFÉ DE REDACCIÓN	9.00.00	0.27.00	0.03.00
JEREZ CUENTA. Magazine (m)	9.30.00	1.18.00	0.12.00
CAFÉ DE REDACCION (M)	11.00.00	0.27.00	0.03.00
TIENEN LA PALABRA (M)	11.30.00	0.27.00	0.03.00
POLIDEPORTIVO(M)	12.00.00	0.51.00	0.09.00
EL BAZAR	13.00.00	0.54.00	0.06.00
LA COCINA DE PEDRO SUBIJANA .Cap. 129	14.00.00	0.27.00	0.03.00
LAS NOTICIAS. 2ª Edición	14.30.00	0.27.00	0.03.00
CON DENOMINACION DE ORIGEN (M)	15.00.00	1.21.00	0.09.00
JEREZ CUENTA. Magazine de tarde	16.30.00	1.18.00	0.12.00
LAS NOTICIAS	18.00.00	0.27.00	0.03.00
TIEN EN LA PALABRA	18.30.00	0.27.00	0.03.00
QUE GUAY. David el Gnomo Cap. 1	19.00.00	0.54.00	0.06.00
LAS NOTICIAS. Tercera edición	20.00.00	0.54.00	0.06.00
CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN	21.00.00	1.21.00	0.09.00
A COMPAS	22.30.00	0.51.00	0.09.00
LAS NOTICIAS (M)	23.30.00	0.54.00	0.06.00
PLENO ORDINARIO	0.30.00	0.45.00	
CON DENOMINACION DE ORIGEN	1.15.00	1.21.00	0.09.00
TELEAGENDA	2.45.00		



Referencias

- CHAPARRO, M. (1997): Radiotelevisión pública local y alternativa, perspectivas. Sevilla, EMA-RTV.
- NAVARRO, J.A. (1997): «La televisión local en Andalucía en perspectivas actuales de las radios y televisiones locales», en CHAPARRO, M.: Radiotelevisión pública local y alternativa, perspectivas. Sevilla, EMA-RTV.
- NAVARRO, J.A. (1991): «Los nuevos medios y la necesaria vertebración social», en VV. AA.: Jornadas sobre la televisión local. El nuevo horizonte de los servicios municipales. Madrid, FEMP.
- SÁNCHEZ, I. (1997): «Medios de comunicación sociales en Andalucía: EMA-RTV en Comunicaciones», en CHAPARRO, M.: Radiotelevisión pública local y alternativa, perspectivas. Sevilla, EMA-RTV.
- VARIOS (1999): La Televisión Local. Andalucía: la nueva comunicación. Sevilla, Fragua.
- VARIOS (1997a): Introducción a Radiotelevisión pública local y alternativa, perspectivas. Sevilla, EMA-RTV.
- VARIOS (1997b): El futuro de las radios y televisiones locales en el panorama público y alternativo en Perspectivas actuales de las radios y televisiones locales en Radiotelevisión pública local y alternativa, perspectivas. Sevilla, EMA-RTV.
- VARIOS (2002): Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual. Barcelona, IMEDEA.

Carmen del Rocío Monedero Morales es profesora de la Universidad de Málaga (España)(roi@uma.es).