

# La consolidación de las cadenas locales de televisión en el País Vasco

Dra. M<sup>a</sup>. Teresa Santos Díez

Dr. Jesús Pérez Dasilva

Fac. Ciencias Sociales y de la Comunicación UPV/EHU

## RESUMEN

*En este artículo analiza la implantación de las cadenas locales de televisión en el País Vasco impulsadas por grupos tan relevantes en el mundo de la comunicación como Vocento, Local Media y Localia Tv, abordando aspectos como sus características técnicas, la financiación y los contenidos que ofrecen a la audiencia.*

## ABSTRACT

*This article analyses the creation of the local TV stations in the Basque Country, impulsioned by such important communication groups as Vocento, Local Media and Localia Tv. We research aspects like the technical characteristics, finance and the contents offered to the audience.*

*Palabras claves: País Vasco/ Televisión local/ Medios locales/ Publicidad local// Grupos multimedia/ Local Media/ Localia Tv/ Vocento.*

*Keywords: Basque Country/ Local television/ Local media/ Local advertising/ Multimedia groups/ Local Media/ Localia Tv/ Vocento.*

**F**rente al fenómeno de la globalización surge con fuerza una necesidad de información cercana y aparecen numerosas revistas, radios y televisiones locales algunas de ellas impulsadas por grupos de comunicación que deciden consolidar su presencia en este sector. Ambas formas de comunicación conviven en una sociedad competitiva y exigente, donde los medios locales despiertan el interés de una audiencia que cada vez se ve menos reflejada en los grandes medios.

La televisión local una vez más seguirá un modelo similar a la radio, como es la emisión de programas en cadena y a su vez emisiones locales. Tampoco se puede olvidar la gran cantidad de televisiones que existen en España y que como sucedió con las emisoras de FM locales la selección natural se tiene que ir imponiendo y mientras algunos medios se verán obligados a cerrar en poco tiempo otros tendrán que adoptar estrategias empresariales que aseguren una rentabilidad económica.

### **Origen de las emisoras**

En el año 1992 inicia su andadura *Tele Bilbao* desde la capital vizcaina de la mano de la cadena de radio *Nervi3n-Gorbea*, que a su vez constituye el grupo *Local Media-Cadena Local Televisi3n*, que cuenta en la actualidad con 38 emisoras asociadas.

En 1994 empieza sus emisiones desde la capital guipuzcoana, *Tele Donosti* impulsado por Vocento, igual que un a3o m3s tarde lo hacia desde Vitoria, *Tele Vitoria*. Tambi3n este mismo a3o desde la capital alavesa *Localia TV* pone en marcha *Canal Gasteiz TV*. El a3o 1997 fue m3s prolifero y surgieron Txingudi Telebista desde Irun y *Canal Bizkaia* en Bilbao. A partir de este a3o se produjo otro periodo de estancamiento y ning3n grupo empresarial impulsa nuevas iniciativas hasta el 2000 que Vocento abre *Bilbo Visi3n* en Bilbao y *Localia Tv* empieza su andadura desde Llodio con *Alto Nervi3n TV*. Situaci3n que se repite en el a3o 2001 con *Localia TV Guip3zcoa* y *Tele San Sebasti3n* que integra la cadena *Local Media*. Finalmente en el a3o 2002 Vocento completa su presencia en las tres capitales aut3nomicas con Alava 7.

Como se puede observar la implantaci3n de los grupos de comunicaci3n en la C.A.V. ha sido lento, desde 1992, solo han surgido once televisiones, de las cuales el 45,45 % de ellas han iniciado su andadura en los a3os 2000 y 2001.

#### **Origen de las cadenas locales de Tv en C.A.V.**

1992	9,09
1993	0,00
1994	9,09
1995	9,09
1996	9,09
1997	18,18
1998	0,00
1999	0,00
2000	18,18
2001	18,18
2002	9,09

### **Distribuci3n geogr3fica**

Dentro de la Comunidad Aut3noma Vasca, en Guip3zcoa se concentra m3s de la mitad de televisiones locales (53,58 %), seguido de Vizcaya (32,14 %) y Alava (14,28). Adem3s es necesario tener en cuenta que el 81,80 de las televisiones se instalan en las capitales aut3nomicas.

**Distribución geográfica de las cadenas locales de Tv. Año 2003**

Vizcaya	32,14
Guipúzcoa	53,58
Alava	14,28

En cuanto a su distribución geográfica las tres cadenas disponen de puntos de emisión en cada una de las capitales. No obstante, *Localia Televisión* cuenta con la mitad de las televisiones en Guipuzcoa y Álava y además emite desde pueblos importantes como en Irun con *Txingudi Telebista* y *Alto Nervión* en Llodio

**TV Local de grupos Según el lugar geográfico. Año 2003**

	Vizcaya	Guipúzcoa	Álava
Local Media	33,33	25,00	25,00
Localia Tv	33,33	50,00	50,00
Vocento	33,34	25,00	25,00

**Los promotores**

Los grupos multimedia buscan nuevos mercados donde instalarse y consolidar su presencia. En la Autonomía Vasca existen los siguientes:

1) Vocento<sup>1</sup> tiene el 27 % de las televisiones locales de la Autonomía. Forman parte de Une que emiten de manera simultáneamente de lunes a viernes (16.00-20.00) y el fin de semana de 16.00-18.30 y 22.00-00.00). Esta red está participada por Publimedia, filial de Telecinco que además de gestionar la publicidad, participa en la agencia audiovisual de noticias Atlas que pertenece a *Telecinco*. A su vez Vocento controla 30 emisoras entre ellas *Bilbaovisión*, *Alava 7* y *TeleDonosti*.

**Vocento en la CAV. Año 2003**

*Álava 7* (Vitoria)

*Tele Donosti* (San Sebastián)

*Bilbao visión* (Bilbao)

2) Localia TV agrupa a 67 emisoras de las cuales 22 están participadas por Promotora de Emisoras de TV S.A. (PRETESA), que pertenece al grupo Prisa, mientras el resto son asociadas. Este grupo tiene presencia en las tres capitales autonómicas y también dispone de puntos de emisión en Irún y Llodio, constituyendo el 44 % del total de estas televisiones de la C.A.V.

<sup>1</sup> El grupo Correo pasa a denominarse Vocento que su corporación de medios regionales S.L. constituido por su Actividad Editora, Portales Locales, TV Local con Televisiones locales, Radios y TESA.

**Localia TV en la CAV. Año 2003***Canal Gasteiz TV* (Vitoria)*Alto Nervión TV* (Llodio)*Localia TV Guipúzcoa* (San Sebastián)*Txingudi Telebista* (Irún)*Canal Bizkaia* (Bilbao)

3) *Local Media S.L. -Cadena Local TV*. Este grupo lo constituyen unas 38 televisiones locales. Ofrece unos contenidos en cadena junto con otros de producción propia como teletienda y consultorios de astrología, además existe la obligatoriedad de incluir publicidad en las siguientes franjas horarias: 12.00-13.00, 15.00-15.30, 17.00-18.00, 19.00-20.00, 20.55-21.00, 22.00-22.05, 23.00-23.05 y 01.00-02.00. Tele Bilbao fue promotor de este grupo. No obstante, ya contaba con experiencia en el mundo de la comunicación con las emisoras de radio *FM Nervión* en Bilbao y *Radio Gorbea* en Vitoria que constituye la *Cadena Nervión-Gorbea*.

**Local Media en la CAV. Año 2003***Tele Vitoria* (Vitoria)*Tele San Sebastián* (San Sebastián)*Tele Bilbao* (Bilbao)

En la Comunidad Autónoma Vasca tres grupos empresariales se disputan las principales televisiones. *Localia Tv* cuenta con casi la mitad de ellas (44,46 %), mientras que *Local Media* y *Vocento* disponen del 27,77 % cada una de ellas respectivamente.

**Promotores cadenas locales de Tv en C.A.V.. Año 2003**

Local Media	27,77
Localia TV	44,46
Vocento	27,77

**Características técnicas**

Las televisiones locales en Vizcaya emiten con una potencia de unos 200 vatios, mientras que en Guipúzcoa oscilan ente los 50 vatios de *Txingudi Telebista* y los 250 de *Tele San Sebastián* y en Álava varía entre los 100 de Tele Vitoria y los 1000 de *Canal Gasteis*. Tele Bilbao disponen de tres platós y diez cámaras (cuatro de estudio y seis ENG). A su vez en *BilboVision* y *Álava 7* poseen unos estudios que incluye un plató de 150m<sup>2</sup>, tres cámaras ENG, y tres de plató. A su vez Álava 7 cuenta con un plató de 150m<sup>2</sup>, tres cámaras ENG y tres cámaras de plató.

**Canales de televisión local en Vizcaya. Año 2003**

Televisión	Localización	W	Canal
TeleBilbao	Bilbao	250	42
Canal Bizkaia	Bilbao	250	48
Bilbovisión	Bilbao	200	-

**Cadenas de televisión local en Guipúzcoa. Año 2003**

Televisión	Localización	W	Canal
TeleDonostia	Donostia-SS	-	21
Localia TV Txingudi	Irún	50	35
Localia TV Guipúzcoa	Donostia-SS	200	-
Tele San Sebastián	Donostia-SS	250	24

**Cadenas de televisión local en Alava. Año 2003**

Televisión	Localización	W	Canal
Tele Vitoria	Vitoria-Gasteiz	100	47
Canal Gasteiz TV	Vitoria-Gasteiz	1000	26-58
Alto Nervión TV	Llodio	00	51
Alava 7 TV	Vitoria-Gasteiz	150	24

**Régimen de la emisora**

Una de las principales dificultades con que se encuentran los medios locales es la búsqueda de un lugar donde instalarse. De todos modos la opción más utilizada por estas televisiones es la compra de los locales con el 90 %, mientras que solo el 10 % se decanta por el alquiler.

**Régimen de las cadenas locales de televisiones en la CAV. Año 2003**

Alquiler	10,00
Propiedad	90,00
Municipal	0,00
Otros	0,00

**El personal**

Las televisiones cuentan con personal muy diverso y aunque generalmente disponen de una plantilla<sup>2</sup> estable, además de un número indeterminado de becarios y colaboradores como se puede comprobar en algunos ejemplos:

En *Canal Gasteiz TV* integran su plantilla 26 personas (10 técnicos, 5 periodistas, 5 comerciales y seis personas más) y 20 colaboradores. *Tele Vitoria* dispone de 17 empleados en plantilla (6 técnicos, 6 periodistas, etc.) en el que todos hacen un poco de todo compaginando el trabajo en los dos medios (*Radio Gorbea* y *Tele Vitoria*).

En *Localia TV* Guipúzcoa la plantilla es de 20 personas y también tiene unos 20 colaboradores) y en *Localia Txingudi* hay 14 personas en plantilla y 6 colaboradores.

*Bilbovisión* cuenta con 25 personas fijas, además de becarios y colaboradores. En *Tele Bilbao* trabajan 65 personas (20 técnicos, 10 periodistas, 10 comerciales, 10 colaboradores y 15 personas más).

La plantilla de *Canal Bizkaia* esta formada por 45 personas (2 en administración, 2 en gestión y dirección, 1 en continuación, 1 en postproducción, 1 jefe de producción, 10 en informativos, 9 técnicos, 7 en programas, 6 comerciales y el resto colaboradores). Además dispone de 10 becarios.

**Personal en plantilla en las cadenas locales de Tv. Año 2003**

<b>Vocento</b>	
Alava	7
Tele Donosti	24
Bilbao visión	25
<b>Local Media</b>	
Canal Gasteiz TV	26
Alto Nervión TV	-
Localia TV Guipúzcoa	20
Txingudi Telebista	-
Canal Bizkaia	45
<b>Localia</b>	
Tele Vitoria	17
Tele San Sebastián	-
Tele Bilbao	65

<sup>2</sup> Los datos ofrecidos son aproximados, dado los ajustan a las necesidades del momento.

## La financiación

El objetivo principal de estas televisiones es obtener una rentabilidad económica de otro modo no tendría sentido su existencia. No obstante, es necesario tener en cuenta que la publicidad local es un mercado donde los precios son bajos y existe una dura competencia entre emisoras de radio, periódicos gratuitos, revistas y televisiones.

Aunque existen multitud de formulas publicitarias el precio orientativo de una cuña de 20 segundos en Vizcaya oscila entre los 63 euros en *BilboVisión* y los 120 en el resto. En Guipúzcoa la opción mas barata es *Txingudi Telebista* con 27 euros seguido de *TeleDonosti* con 100 y *Txingudi Telebista* con 180, mientras que en Alava por solo 35 euros es posible anunciarse en *Tele Vitoria* mientras que en *Canal Gasteiz* cuesta 98 euros.

### Precio spot 20 seg en cadenas locales de Tv. Año 2003

	Euros
<b>Vizcaya</b>	
TeleBilbao	120
Canal Bizkaia	120
Bilbovisión	63
<b>Guipúzcoa</b>	
TeleDonostia	100
Txingudi Telebista	180
Localia TV Guipúzcoa	27
Tele San Sebastián	-
<b>Alava</b>	
Tele Vitoria	35
Canal Gasteiz TV	98
Alto Nervión TV	-
Alava 7 TV	40

## La publicidad

El mercado publicitario en el que centran sus objetivos estas televisiones radica básicamente en el pequeño comerciante, que de este modo puede acceder a una publicidad que incide precisamente en su propia zona, de modo que la publicidad es más directa y cercana.

Para realizar el estudio se ha procedido al análisis de la publicidad emitida en *Localia*, *Vocento* y *Local Media* en horario de mañana, tarde y noche durante los meses de octubre y noviembre del 2003. Se han clasificado los contenidos de los anuncios, dejando a un lado otras cuestiones como la realización, la producción,

tono, enfoque con que tratan esa publicidad. De su análisis se comprueba que las televisiones locales de grupos se han convertido en soporte publicitario de establecimientos ubicados indistintamente en la capital y pueblos cercanos. Se intenta llegar a la persona a través de un medio destacando la atención personalizada en ese lugar concreto.

Hunter & Plaza los expertos en chimeneas para casa, pisos, chalets.....Chimeneas sin salidas de humos....  
 Sabino Arana 32. Bilbao. Paseo Etxeguren 1 Amurrio  
 La vida no es un deporte para .....Nuevo Saab 93 Sport Sedan. Anata  
 Motor Pol Fátima s/n Alto de Enekuri

También todo aquello relacionado con la belleza encuentran un lugar, así como los métodos más eficaces para hacer realidad ese sueño que trae de cabeza a tantas personas, como pueden ser peluquerías, saunas, estilistas, consultas capilares, tratamientos..., pero no necesita ir lejos en su propio barrio lo encontrará todo. Tampoco se perciben grandes diferencias entre los distintos grupos, manteniendo porcentajes muy similares entre los sectores con más presencia. Así la publicidad relacionada con restaurantes y muebles oscila entre un 8 y 12% en todas ellas.

En *Localia* Meda los favoritos son el sector relacionado con el automóvil como pueden ser talleres, concesionarios y recambios con un (35%); seguido de muebles y productos para equipar el hogar con el 12% y restaurantes con el 10%.

En *Vocento* los anuncios de moda en el vestir son los que cuentan con una mayor presencia (16,54%), seguida de los restaurantes (11,39%).

A su vez en *Localia* los sectores con más incidencia tienen porcentajes muy similares: alimentación con un 11,44% seguida de muebles, reformas, restaurantes e institucional con el 10% cada una de ellos

#### **Publicidad por sectores en las cadenas locales de Tv. Año 2003**

	Local Media	Vocento	Localia TV
Enseñanza	2,50	2,26	0,00
Muebles	12,50	8,59	10,22
Reformas	6,25	7,32	10,22
Automóvil	35,00	7,32	6,82
Restaurantes	10,00	12,39	10,22
Moda	4,00	17,54	4,54
Belleza	5,00	7,32	9,09
Informática	3,75	2,26	0,00
Viajes	0,00	6,06	3,40
Ocio	0,00	2,26	7,94
Institucional	7,50	8,59	10,22

Telefonía	2,25	3,53	4,54
Alimentación	2,25	9,86	11,44
Ventas	6,75	0,00	5,68
Varios	2,25	0,00	5,68

### Su programación

Los contenidos de elaboración propia constituyen en Vizcaya porcentajes que oscilan entre el 75% en *Canal Bizkaia* y el 25% en *Bilbovisión*, a su vez en Guipúzcoa varían entre el 50% en *TeleDonostia* y *Tele San Sebastián* y en 76% en *Txingudi Telebista*, mientras que en Alava descienden de manera considerable hasta el 20% en *Tele Vitoria* y *Álava 7 TV* y el 70% en *Canal Gasteiz TV*. Del análisis de la programación que emiten estas televisiones se puede constatar:

#### 1) Programación local

Los espacios de elaboración propia giran preferentemente en torno a su ámbito de cobertura:

- 1) Los diarios locales, donde presentan la actualidad del día en horario de mañana, tarde y noche, aunque centran sus contenidos mayoritariamente en la actividad política municipal junto con información de los pueblos de su área de influencia. También se puede constatar que el interior de los informativos se han convertido en un soporte publicitario en la mayoría de los casos, interrumpiéndolos para dar paso a los spots y ceder su tiempo para patrocinadores como sucede en *BilboVisión* que después de ofrecer los contenidos de información general presentan publicidad y el patrocinador de los deportes, situación que se repite con la información meteorológica, que se convierte en otro espacio patrocinado y finalmente el resumen en euskera lo patrocina el Departamento de Cultura de la Diputación de Vizcaya.
- 2) Espacios que ofrecen la vida y costumbres de barrios y pueblos con sus gentes y sus problemas.
- 3) Los magazines con entrevistas y reportajes.
- 4) Las tertulias que abordan los temas de la actualidad política, cultural y social en directo y con la posibilidad de participación del público a través del teléfono o mediante mensajes.
- 5) El deporte con la opinión de expertos, deportistas y aficionados. También incluyen concursos y participación en directo de la audiencia.
- 6) Los infantiles con juegos, concursos, regalos, trucos y manualidades.
- 7) Además complementan su programación con entrevistas a escritores, actores, deportistas, políticos y demás personajes importantes de la vida social y cultural de las distintas capitales.

**2) Programación en cadena**

La programación de elaboración propia se complementa con los espacios en cadena que oscilan entre las cinco horas el *Cadena Local* y las siete de *Vocento*. Emiten espacios como:

- 1) Motor, donde destacan las novedades en vehículos, consejos, modelos, salones, etc..
- 2) Cine con información sobre estrenos, novedades y entrevista principalmente.
- 3) Música con la actualidad discográfica, videoclips, entrevistas, etc..
- 4) Astrología, tarot, magia con llamadas en directo donde se exponen preguntas sobre el futuro y el presente.
- 5) Completan esta programación los documentales, informática, recetas de cocina, salud donde se abordan y tratan enfermedades, remedios, consejos de especialistas como sucede en *La Rebotica*, *La salud y la vida* entre otros.
- 6) Los programas del corazón como *Tombola* y *Latidos del corazón* entre otros.

**Programación en las cadenas locales de TV CAV. Año 2003**

<b>Emisora</b>	<b>Propia</b>	<b>Ajena</b>
<b>Vizcaya</b>		
TeleBilbao	70,00	30,00
Canal Bizkaia	75,00	25,00
Bilbovisión	25,00	75,00
<b>Guipúzcoa</b>		
TeleDonostia	50,00	50,00
Txingudi Telebista	-	-
Localia TV Guipúzcoa	76,00	24,00
Tele San Sebastián	50,00	50,00
<b>Alava</b>		
Tele Vitoria	20,00	80,00
Canal Gasteiz TV	70,00	30,00
Alto Nervión TV	-	-
Alava 7 TV	20,00	80,00

### **Bibliografía:**

- DIAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo. *Komunikabideen Ereduak*, Leioa: Servicio Editorial de la UPV-EHU, 1999.  
([www.prisa.es/memoria/unidades/tvlocal.html](http://www.prisa.es/memoria/unidades/tvlocal.html)).
- LOPEZ, Bernat. “Programación y contenidos de las televisiones de proximidad en Europa” en *Televisión y desarrollo. Las regiones en la era digital*, Junta de Extremadura, 2000.
- MORAGAS, Miquel de. “Televisión y regiones en desarrollo. Posibilidades en la era digital” en *Televisión y desarrollo. Las regiones en la era digital*, Junta de Extremadura, 2000.
- NAVARRO MORENO, José Antonio. *La Televisión Local. Andalucía: la nueva comunicación*, Fragua, 1999.

### **Fuentes orales y audiovisuales**

Entrevistas personales responsables de las emisoras.

Grabaciones de vídeo de las distintas televisiones

### **Internet**

[www.alava7.com](http://www.alava7.com)

[www.canalgasteiz.com](http://www.canalgasteiz.com)

[www.televitoria.es](http://www.televitoria.es)

[www.laudio.tv](http://www.laudio.tv)

[www.localiagipuzkoa.com](http://www.localiagipuzkoa.com)

[www.teledonosti.tv](http://www.teledonosti.tv)

[www.bilbovision.com](http://www.bilbovision.com)

[www.telebilbao.es](http://www.telebilbao.es)

[www.canalbizkaia.com](http://www.canalbizkaia.com)

(Recibido el 15-9-03, aceptado el 22-11-03)