



— DIARIO DE SESIONES — DE LA — ASAMBLEA DE MADRID —

Número 176

3 de junio de 2004

VII Legislatura

COMISIÓN DE CONTROL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID

PRESIDENCIA

Ilma. Sra. D.^a Elena de Utrilla Palombi

Sesión celebrada el jueves 3 de junio de 2004

ORDEN DEL DÍA

1.- C-232/04 RGEP. 1447 (VII). Comparecencia del Ilmo. Sr. Director General del Ente Público Radio Televisión Madrid, a petición del Grupo Parlamentario Socialista, al objeto de informar sobre planes y perspectivas de Telemadrid Radio. (Por vía del artículo 210 del Reglamento de la Asamblea.)

2.- C-256/04 RGEP. 1791 (VII). Comparecencia del Ilmo. Sr. Director General de Radio Televisión Madrid, a petición del Grupo Parlamentario Popular, al objeto de informar sobre modelo de televisión pública que promueve su Dirección General. (Por vía del artículo 210 del Reglamento de la Asamblea.)

3.- Ruegos y preguntas.

SUMARIO

Se abre la sesión a las 11 horas y 09 minutos.

Página 4795

— **C-232/04 RGEF. 1447 (VII).
Comparecencia del Ilmo. Sr. Director
General del Ente Público Radio Televisión
Madrid, a petición del Grupo Parlamentario
Socialista, al objeto de informar sobre
planes y perspectivas de Telemadrid
Radio. (Por vía del artículo 210 del
Reglamento de la Asamblea.)**

Página 4795

-Interviene el Sr. Cepeda García, exponiendo
los motivos de petición de la comparecencia.

Página 4795

-Exposición del Sr. Director General del Ente
Público Radio Televisión Madrid.

Página 4795-4797

-Intervienen, en turno de portavoces, el Sr.
Marín Calvo, el Sr. Cepeda García y el Sr.
Jiménez de Parga Maseda.

Página 4797-4801

-Interviene el Sr. Director General, dando
respuesta a los Sres. Portavoces.

Página 4801-4803

— **C-256/04 RGEF. 1791 (VII).
Comparecencia del Ilmo. Sr. Director
General de Radio Televisión Madrid, a**

**petición del Grupo Parlamentario Popular,
al objeto de informar sobre modelo de
televisión pública que promueve su
Dirección General. (Por vía del artículo 210
del Reglamento de la Asamblea.)**

Página 4803

-Interviene el Sr. Pérez García, exponiendo
los motivos de petición de la comparecencia.

Página 4803

-Exposición del Sr. Director General del Ente
Público Radio Televisión Madrid.

Página 4803-4805

-Intervienen, en turno de portavoces, el Sr.
Marín Calvo, el Sr. Cepeda García y el Sr.
Pérez García.

Página 4805-4810

-Interviene el Sr. Director General, dando
respuesta a los Sres. Portavoces.

Página 4810-4812

— **Ruegos y Preguntas.**

Página 4812

No hubo ruegos ni preguntas.

Página 4812

Se levanta la sesión a las 12 horas y 51
minutos.

Página 4812

(Se abre la sesión a las once horas y nueve minutos.)

La Sra. **PRESIDENTA**: Buenos días, Señorías. Comenzamos con el primer punto del orden del día.

Comparecencia del Ilmo. Sr. Director General de Radio Televisión Madrid, a petición del Grupo Parlamentario Socialista, al objeto de informar sobre planes y perspectivas de Telemadrid Radio.

———— C-232/04 RGEP. 1447 (VII) ————

La Sra. **PRESIDENTA**: Tiene la palabra el Portavoz del Grupo Parlamentario Socialista.

El Sr. **CEPEDA GARCÍA**: Muchas gracias, señora Presidenta. Tal y como, efectivamente, consta en nuestra solicitud de comparecencia, queríamos preguntarle al Director General de Telemadrid cómo va Telemadrid Radio, que es la radio pública de los madrileños, que en muchas ocasiones se ha colocado en el furgón de cola del gran proyecto de los medios de comunicación públicos en Madrid.

Realmente, a mi Grupo le parece que Telemadrid Radio necesita un impulso importante. Usted, en su primera comparecencia, decía que, efectivamente, así debería ser, y decía, además, que estaría configurada por una serie de parámetros en torno a la información, los servicios, la música, los microespacios culturales y de entretenimiento. Por tanto, a fecha de hoy, nos gustaría saber si se ha puesto ya en marcha alguna de estas iniciativas, y, en concreto, nos gustaría formularle algunas preguntas iniciales sobre cuál es actualmente la audiencia de la radio, cómo va el tema de la publicidad en la misma, y, como le decía con anterioridad, si tiene previsto algún cambio a corto plazo en materia de programación dentro de la radio, porque nos parece, insisto, que debe ser impulsada de forma importante.

Nuestro Grupo, desde luego, conoce a priori el ámbito en que la emisora se mueve y compite, que es un mundo, lógicamente, minimalista, diría yo, respecto a lo que son los espacios o los espectros de máxima audiencia que ocupan las grandes cadenas de radio, como pueden ser la COPE, la

cadena SER y Radio Nacional de España, fundamentalmente. Pero, de cualquier forma, también entendemos que haría falta tomar una serie de iniciativas, y desde mi Grupo queremos aportarle una serie de ideas; pero, antes de nada, lógicamente, nos gustaría escuchar de su propia voz qué iniciativas han estado diseñando ustedes y van a iniciar en próximas fechas. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, Señoría. Tiene la palabra el señor Director General de Radio Televisión Madrid, señor Soriano.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID** (Soriano Navarro): Gracias, señora Presidenta. Buenos días, Señorías. Efectivamente, tal como ha recordado el señor Cepeda, en mi primera comparecencia ante esta Comisión el 19 de febrero ya anuncié cuáles eran los propósitos en relación con la radio, y, lejos de considerar la radio como la hermana pequeña del ente, realmente, yo dije, me comprometí, y así creemos que en este tiempo lo estamos haciendo, a que tendríamos que potenciar la radio, y el resultado, en principio, no ha sido malo.

Me preguntaba el señor Cepeda por la audiencia, y, claro, la audiencia es modesta. Le podría decir que estamos mejor que estábamos antes, porque, verdaderamente, la radio durante muchísimo tiempo, y eso que el origen de la propia marca de Telemadrid, Onda Madrid, estaba precisamente en la radio, con diversas Administraciones, se ha venido olvidando un poco. En relación con la propia marca, hay una cuestión a considerar, porque hubo ese cambio, y ahora estamos estudiando si fue positivo o no llamarla Telemadrid Radio, porque es una denominación que, hasta que no se lee su final, uno no se entera de que estamos ante un medio diferente. Por tanto, ésta es una cuestión a decidir, y, probablemente, pongamos por delante el término "radio" y "Telemadrid" detrás. En fin, esto es, si quieren, una confidencia que les hago respecto a los trabajos y preocupaciones que, naturalmente, tenemos en relación con Telemadrid Radio.

En cuanto a la publicidad, las expectativas, igual que ocurre en la televisión, es que el presupuesto se ha cumplido, y hay una importante receptividad respecto a las centrales de compra y algunas marcas, porque es una radio muy pegada al

terreno. Por tanto, en relación con la publicidad, también se han cumplido las expectativas presupuestarias.

Respecto al cambio de programación, ciertamente, sobre ese compromiso que usted ha recordado, señor Cepeda, de centrar la programación, en su conjunto, en la información, los servicios, la música y los microespacios culturales y de entretenimiento, yo creo que sí que hemos avanzado bastante.

En primer lugar, los nombramientos han tenido un efecto de acomodación, porque usted sabe que la radio, que tiene alrededor de 80 personas en plantilla y unas 20 ó 30 contratadas por obra, es peculiar. Yo creo que el tránsito de nueva dirección que se ha hecho ha sido un tránsito pacífico y estable, y ya se empiezan a ver resultados en relación con los propios oyentes. Yo creo que hemos ganado bastante en presencia, y eso se refleja en las audiencias y también en la publicidad.

Es necesario destacar que los principios básicos de programación están sujetos a la ley, es decir, hay un margen de maniobra estrecho. En cualquier caso, estoy de acuerdo con el señor Cepeda cuando señala que es inútil -por decirlo de alguna manera más directa- competir con las grandes radios convencionales de AM, con las grandes cadenas privadas: la SER, la COPE, Onda Cero, y que, probablemente en Telemadrid Radio ha habido una tendencia hacia ese tipo de programación, porque existen unos magníficos profesionales, lo digo con toda sinceridad, hay muy buenos periodistas, muy buenos técnicos, y hacen una radio bien acabada. Por eso, yo creo, de verdad, que merece la pena hacer un esfuerzo en potenciar estas frecuencias de FM ya que son muy desconocidas; el 101.3 y el 101.6, están en el dial muy bien colocadas, y merecerían, desde luego, una potenciación en recursos, en talento, en dedicación; no siempre se trata de dinero, como a veces se plantea desde algunas instancias. Pero, desde luego, por los profesionales, que hacen una radio completa, terminada, bien editada, por su profesionalidad desde el punto de vista de la información y por los nuevos planes que hay por parte de esta Dirección, yo creo que Telemadrid Radio en un tiempo, porque estas apuestas, naturalmente, tienen unos resultados a medio y largo plazo, obtendrá una sustancial mejora, y eso se reflejará en la audiencia y en la publicidad, y sobre todo, en la aceptación de los madrileños.

Como emisora pública, debe ofrecer un producto diferenciado y muy orientado hacia el servicio de los ciudadanos, cosa que a veces -en esto coincidíamos el señor Diputado y yo- no se hace porque se intenta imitar la programación comercial convencional. Nuestro objetivo debe ser ofrecer una información útil, próxima a los madrileños, y, por supuesto, perfeccionando los principios de veracidad, de pluralidad, de calidad y de servicio público.

En distintas franjas horarias la emisora abrirá -ya ha habido algunos cambios, y de forma inmediata habrá una parrilla completa- sus micrófonos a informaciones relativas al transporte público, al tráfico, a las universidades, a la bolsa, al Defensor del Menor, a acontecimientos musicales. Asimismo, en su condición de emisora pública y de servicio, Telemadrid Radio va a potenciar la política informativa sobre las instituciones, ésta entre otras, con el objetivo de ser un altavoz capaz de trasladar las inquietudes, los anhelos y las esperanzas de los propios ciudadanos madrileños para hacerlas llegar a esas instituciones.

Otro de nuestros objetivos está dirigido a convertir a Telemadrid Radio -antes lo he apuntado- en una marca reconocida. Nosotros creemos que durante mucho tiempo la programación de Telemadrid ha sido una suma, una concatenación de muy buenos programas, algunos de ellos hechos con muchísima calidad por parte de grandes profesionales, pero el éxito o el menos éxito de esos programas era lo que determinaba la identificación con la cadena, y nosotros lo que queremos potenciar es la propia marca desde la madrugada, desde la mañana hasta la noche. Es decir, como decía antes, el concepto de marca es muy importante para que los madrileños identifiquen que tienen un servicio y que tienen una ventana abierta y no sólo unos planteamientos de programación de entretenimiento. En ese sentido, vamos a trabajar la marca Telemadrid Radio porque nos parece, primero, que no es conocida por parte de la Comunidad Autónoma de Madrid y por los ciudadanos, y, en segundo lugar, es muy confusa respecto a la propia marca de Telemadrid Televisión. Entonces, sin hacer grandes cambios, porque creo que estos temas de identidad corporativa hay que tocarlos con ciertas manos temblorosas, no se puede intervenir de una manera irresponsable, eso que apuntaba como reflexión, y que en un principio hemos manejado, de llamarla Radio Telemadrid ya lo testaremos y ya nos lo dirán

los especialistas.

En cualquier caso, el objetivo es potenciar la marca, que sea reconocida, que sea reconocible y que sea diferenciada, de tal manera que la eficiencia, la rentabilidad de la emisora no se medirá sólo por el seguimiento de los programas concretos, sino que tendrá un reconocimiento social en su conjunto.

Telemadrid Radio debe convertirse en una emisora indispensable para conocer lo que ocurre en la Comunidad de Madrid, y es verdad que eso, en fin, había quedado un poco en el olvido. Tenemos que hacer un esfuerzo de información a tiempo real naturalmente dentro de las posibilidades técnicas y de producción que tenemos, pero tenemos que estar muy próximos en la noticia, algo así como "Lo que está ocurriendo se lo estamos contando". Creo que la radio, en ese sentido, tiene mayor versatilidad, mayor flexibilidad, mayor capacidad de presencia directa en el punto de la noticia que la propia televisión. En concreto, el 11 de marzo, el recién nombrado Jefe de Informativos... Perdón, no, fue después, fue en el suceso del suicidio colectivo de Leganés. Como les decía, el Jefe de Informativos se colocó allí y con monedas transmitió lo que estaba pasando; es decir, la necesidad de recuperar una tensión informativa y de servicio a los ciudadanos es imprescindible.

Entonces, la nueva parrilla que estamos configurando estará determinada por eso: por la información, por los servicios, por los microespacios culturales y por la música. Si quieren ustedes, les podría dar algún detalle de lunes a viernes, pero va en esa dirección, y, por tanto, se los ahorro. Igual puede decirse de los fines de semana, donde, en cualquier caso, el peso de la información deportiva es muy grande, esa información deportiva de la que no se ocupan otros medios y, sin embargo, Telemadrid se tiene que ocupar de ello; incluso, algunos de sus programas se han hecho clásicos y tienen una verdadera aceptación.

Para terminar de informar a esta Comisión sobre los planes y las perspectivas de Telemadrid Radio, quiero manifestar el compromiso firme de potenciar la explotación y la difusión de las dos frecuencias FM, como antes decía, y, para ello, aprovecharemos también las sinergias, que creo que hay que aprovechar mejor en la televisión. En los informativos ya se empieza a decir, pero no con la suficiente disciplina, al final de ellos, que habrá más información en Telemadrid Radio, e incluso aparece

sobreimpesa la localización en el dial de la radio.

Por tanto, como le decía al principio, nos vamos a tomar muy en serio Telemadrid Radio, y los nombramientos que hemos hecho de profesionales de reconocido prestigio que venían de otras emisoras y habían hecho una buena labor así lo indican. Nada más, y muchas gracias.

La Sra. **VICEPRESIDENTA:** Muchas gracias. Pasamos al turno de Portavoces. En primer lugar, y por un tiempo máximo de diez minutos, tiene la palabra el señor Marín, del Grupo Parlamentario Izquierda Unida

El Sr. **MARÍN CALVO:** Gracias, señora Presidenta. Señor Soriano, gracias por su información. Yo no sé si los tres Grupos Parlamentarios coincidiremos con usted, pero creo que no andaremos muy descaminados.

El problema de Telemadrid Radio, o como se le quiera llamar, a nuestro juicio es que en el futuro tiene un difícil hueco informativo, porque se desconexiona de las otras cadenas; las grandes cadenas que monopolizan el mercado de la de radio, más o menos emiten a las mismas horas, y, entre una cadena de prestigio en toda la Comunidad y en todo el país y Telemadrid Radio se sintonizan, evidentemente, ese otro tipo de cadenas.

Además, en la radio se ha impuesto un modelo curiosamente minifundista de radio. Hay un modelo minifundista de radio y otro macrofundista, que es el que tiene un claro oligopolio de las grandes estrellas, que son las grandes cadenas, con una inversión enorme, con muchísimo presupuesto, con una publicidad absolutamente tremenda.

Es difícil encontrar hoy sitio a una radio como Telemadrid Radio con tanta oferta diversificada y tanta oferta, llamémosla así, tan importante, entre comillas. Habría que buscar -no sé si le he entendido que ustedes van por ese camino- una identificación de Telemadrid Radio con distintos segmentos de la población, con los oyentes, con entidades musicales, establecer debates políticos, es decir, identificarla fundamentalmente con los jóvenes.

El camino de la radio es difícil de transitar en este país y en esta Comunidad, pero habrá que buscar esa identidad con los jóvenes; podríamos intentarlo haciendo debates plurales e interesantes con ellos; buscar de alguna manera tematizar la

cadena, diferenciar la cadena de otras innumerables ofertas de tipo generalista que se quedan en eso: en música, en entrevistas de tipo comercial o en tertulias, a veces incomprensibles, con grandes personalidades. Competir con eso es difícil.

Por tanto, nos gustaría que se intentara buscar una forma de tematizar la cadena, es decir, esta cadena es única en Madrid y da una información, se dirige a un sector absolutamente distinto al que se dirigen todas las cadenas generalistas. Posiblemente habría que llegar a acuerdos, con el Consejo de la Juventud, con organizaciones juveniles, etcétera, sobre una gran cantidad de organizaciones que hay por ahí que tienen interés y que tienen ganas también de escuchar las cosas que pasan sobre ellos.

No tengo nada más que decir, salvo que todavía hay tiempo para investigar y buscar; sé que investigar y buscar no es fácil, que cuesta dinero; no estoy hablando de grandes cantidades, pero sé que cuesta dinero, cuesta un esfuerzo tremendo y, evidentemente, uno puede equivocarse. No obstante, a nosotros nos gustaría que pudiéramos coincidir o tuviéramos interés en ver cómo la sacamos adelante. Evidentemente, lo que usted va a tener siempre es nuestro apoyo para que la cadena de radio y de televisión salgan adelante. Para nosotros es importante que existan en Madrid una radio y una televisión públicas. Nada más, y muchas gracias.

La Sra. **VICEPRESIDENTA:** Gracias, señor Marín. A continuación, tiene la palabra el portavoz del Grupo Parlamentario Socialista también por un tiempo máximo de diez minutos.

El Sr. **CEPEDA GARCÍA:** Muchas gracias, Presidenta. Efectivamente, señor Soriano, tal y como ha comentado el portavoz de Izquierda Unida, nosotros también nos sumamos a ese impulso, que nos parece tan importante, para que la radio de todos los madrileños realmente tenga una cierta proyección, y, para eso, es necesario evaluar también un modelo, como usted muy bien ha dicho, sobre la propia identidad de la cadena.

Nosotros también creemos que, posiblemente, el cambio de marca no ha beneficiado en exceso; en mi opinión, le ha hecho perder buena parte de la identidad, ya que Onda Madrid venía siendo una pequeña o modesta referencia -en

cualquier caso, una referencia-, y, posiblemente, con el cambio corporativo su identidad ha empezado a difuminarse mucho más. Si eso se hubiera producido con una sinergia mucho más potente entre radio y televisión que hubiera proporcionado una proyección importante de la audiencia, posiblemente hubiera sido positivo, pero, a fecha de hoy, la verdad es que, lamentablemente, no ha sido así. Por tanto, entendemos que este aspecto tendrá que ser corregido en un futuro.

En la comparecencia que hizo el señor Giménez-Alemán el 14 de marzo de 2002 nos decía que tenía una media de 60.000 oyentes. Pues, bien, según los datos que nosotros manejamos a fecha de hoy, la audiencia ha bajado: estamos en torno a los 42.000 ó 43.000 oyentes. Posiblemente se hayan producido algunos errores que, desde luego, tendrán que ser corregidos, como estrategia, como modelo propio de la radio, para lo que también es necesario hacer análisis previos para saber quién nos escucha. Hace falta hacer análisis de esa audiencia, por pequeña que sea, y no sabemos si, por ejemplo, el EGM es un buen instrumento para ello.

Hace algún tiempo había un proyecto, que fue reivindicado también aquí por parte de mi compañero, el Diputado Piñedo, para que la FORTA pudiera evaluar y hacer análisis concretos de audiencia de las radios autonómicas, y, a fecha de hoy, no sabemos cómo quedó aquello. Hubo un impulso por parte del anterior Director General de Telemadrid en ese sentido, pero creo que finalmente no cuajó. Pues, bien, lo cierto y verdadero es que hace falta analizar cuál es la audiencia que tenemos, sobre todo, para poder analizar con profundidad el público al que nos dirigimos y poder también diseñar, a partir de ahí, una programación específica que, lógicamente, intente incrementar las potencialidades que tiene la radio orientadas a muchos ámbitos: al ámbito de la universidad, al de la cultura, al de las mujeres en el trabajo. En definitiva, hay tantos y tantos ámbitos que, desde luego, hace falta hacer análisis exhaustivos para saber exactamente, como digo, qué audiencia tenemos, y, a partir de ahí, definir esas estrategias de impacto.

Creo que la radio es un instrumento muy potente, muy útil. Tengo que decir que, en torno a lo que la propia Viceconsejera de Educación declaraba el otro día de que "hay niños que prefieren coger la 'fregoneta' e irse a vender flores antes que irse a la escuela a aprender", posiblemente, mientras hacen ese trayecto, algunos podrían escuchar la radio,

podrían escuchar hasta Telemadrid y aprender la importancia que tiene la educación, cosa que la Viceconsejera de Educación parece que todavía no tiene muy tasada. Insisto, como modelo educativo, como modelo, desde luego, para transmitir una serie de valores, como modelo para integrar socialmente determinados colectivos -hay algún programa específico que incluso ha sido premiado- me parece que es muy importante el diseño de un modelo específico de la radio pública. Para eso es necesario que nos diga usted concretamente -cosa que no ha hecho- cuál es la audiencia exacta; yo le he dado un dato, pero no sé exactamente de qué datos disponen ustedes. Como digo, es necesario, insisto, que tengamos ese modelo, ese desarrollo y esas estrategias que le den una mayor proyección social. Todo eso tiene que ir medido con lo que es la propia rentabilidad, y, en ese sentido, hace falta también saber cómo nos movemos en términos financieros.

No me ha comentado nada del tema de la publicidad; simplemente me ha dicho que se cubren las expectativas. Pues bien, lógicamente, si se diseñan esas estrategias de impacto, a las que he hecho mención, y aumenta la audiencia, estoy seguro de que también podemos buscarle una mayor rentabilidad, unos mayores ingresos de publicidad, y, por lo tanto, proyectar algunos de los modelos que usted ya propuso en esta Comisión, y me refiero a los informativos.

Ustedes están haciendo una serie de inversiones, en términos temáticos, en la programación de la cadena al Grupo Socialista le parecen interesantes -estamos a la expectativa de ver cómo van emergiendo-, con un modelo basado en dar mucha información en tiempo real. La radio es un instrumento perfecto para dar información en tiempo real de lo que sucede en Madrid, y, lógicamente, eso requiere también una mayor inversión en recursos humanos; si se hacen mayores coberturas informativas durante más tiempo, más boletines horarios, más informativos en general, necesitamos también hacer inversiones importantes en personal, y la verdad es que, en relación con el personal, usted ha dicho que son excelentes profesionales -yo también lo comparto; creo que hay excelentes profesionales en la casa que dan cobertura de forma brillante al trabajo de Telemadrid Radio-, pero es cierto también que los datos que tenemos respecto a qué tipo de vinculación profesional tienen con la casa, me refiero a sus contratos, nos indican que los profesionales que

están trabajando en Telemadrid Radio en este caso tienen contratos muy inestables, puesto que, prácticamente, uno de cada tres redactores son los que tienen un contrato estable en la casa, y, por lo tanto, eso también vincula de cierta manera todas esas proyecciones y expectativas en torno a lo que los servicios informativos quieren ir desarrollando.

Nos parece, insisto, que tienen una serie de proyecciones importantes en la programación, y vamos a ver cómo van cuajando. Nos parece interesante hacer mención a programas culturales y programas que, desde el punto de vista de integración, puedan dar cobertura a una emergente población inmigrante y puedan desarrollar, como servicio público, lo que entendemos que deben ser las funcionalidades básicas de una cadena de radio como Telemadrid Radio.

También ha comentado usted algo que nos parece muy importante -se lo he dicho con anterioridad, creo recordar-, y es el tema de las sinergias con Telemadrid Televisión. Hay otras cadenas, hay otras modestas, diría yo, cadenas de televisión local que buscan las sinergias con sus grandes cadenas de radio, por poner algún ejemplo. Yo creo que Telemadrid Radio tiene que hacer exactamente lo mismo, sólo que aplicado a la inversa, es decir, la pequeña radio tiene que buscar las sinergias de una potente cadena de televisión, en este caso de Telemadrid Televisión. Yo creo que ahí hay que buscar fórmulas para que, realmente, logremos trasladar -posiblemente, también sea después de esos cambios que usted ha dejado intuir en esa propia identidad corporativa de la radio- esas sinergias que proyecten la radio como una radio de referencia para el conjunto de la población, para el conjunto de los madrileños. Nosotros, desde luego, en ese sentido, queríamos aportarle estas ideas, estas propuestas que nos parecen básicas para buscar lo que nosotros entendemos que tiene que cumplir un medio de comunicación público, en este caso la radio, que, con independencia de otras cuestiones estrictamente económicas, tiene que cumplir lógicamente con una amplia rentabilidad social.

Usted sabe que nosotros le venimos reiterando el concepto de rentabilidad social comparecencia tras comparecencia, porque nos parece que es muy importante. Si queremos profundizar en una mayor información, en una serie de programas, como los que le he comentado, eso, lógicamente, requiere más personal, y es necesario

también buscar mayores recursos económicos para la radio; y, aunque posiblemente no sean los óptimos ahí está el concepto de rentabilidad social que puede equilibrar toda la balanza, nos parece que por parte del conjunto de las instituciones, y en concreto de la Dirección General de Telemadrid es necesario dar un impulso importante al modelo actual y vigente de Telemadrid Radio. Nada más, y muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Tiene la palabra el Portavoz del Grupo Parlamentario Popular, don Federico Jiménez de Parga.

El Sr. **JIMÉNEZ DE PARGA MASEDA**: Muchas gracias, señora Presidenta. En primer lugar, quiero agradecer la enésima comparecencia del señor Soriano en esta Comisión. Quiero agradecer sus palabras y sus explicaciones, aunque sea una obligación, en cuanto a su valoración y del modelo que va a definir en el futuro y en el presente Telemadrid Radio.

Creo que es un acierto consolidar el perfil de esa radio; por tanto, para tomar las medidas oportunas, es necesario saber quién es cada uno, qué pretende y qué futuro le espera. Una radio como Telemadrid Radio, de servicio público, nunca puede ser complementaria de las cadenas generalistas, o difícilmente lo puede ser, por la falta de inversión, de presupuesto, en relación con la que realizan las demás emisoras, por tanto, creo que es un acierto establecer y definir con claridad el perfil que debe tener Telemadrid Radio. Merece especial mención considerarla altavoz de las instituciones; unas instituciones que necesitan y requieren la interrelación de los ciudadanos con las mismas. Ese altavoz potenciará permitirá, por tanto, ese acercamiento necesario de unos y otros.

De su comparecencia de hoy, me ha parecido muy interesante su reflexión sobre convertir o pretender convertir Telemadrid Radio en una marca; una marca que permitirá fidelizar a los oyentes, dar credibilidad a la propia emisora, y convertirla en un activo, a efectos comerciales, para el futuro. Esa marca, ciertamente, tal vez se haya visto perjudicada por la denominación de la propia emisora, pero en un futuro próximo creemos que no será ningún impedimento para que pueda potenciarse.

Merece también especial mención la intención del Director General de potenciar los

informativos. Nos ha parecido digno de interés considerar y pretender que se potencien los boletines informativos a las horas en punto o a las medias, como me ha parecido escuchar y, nos gustaría saber si esa potenciación va a necesitar una modificación o no de la plantilla ya existente en los informativos; es decir, si se podrá hacer frente con la plantilla que existe en Telemadrid a esa mayor potenciación de los informativos. También me gustaría saber si se va a modificar de algún modo algún informativo de los que existen hasta ahora.

En su comparecencia de esta mañana el señor Soriano nos ha explicado que una de sus próximas pretensiones va a ser la de crear un informativo cultural y un informativo sobre la inmigración, tema, realmente, a tener en cuenta, cuyo precedente ya existe en Telemadrid, que permitirá un acercamiento a uno de los problemas, a una de las situaciones emergentes en nuestra sociedad como es el tema de la integración de los inmigrantes en la misma. Un informativo como éste creemos que es una novedad interesante, revolucionaria, en cierto modo, que favorecerá, por tanto, una mayor integración entre los ciudadanos españoles y los que pretenden serlo en un futuro próximo.

En cuanto a la valoración que han hecho los Portavoces del Grupo Parlamentario Socialista y del Grupo Parlamentario Izquierda Unida, en términos generales, compartimos su valoración, creemos que es necesario el impulso de la emisora. Creemos que su perfil no obedece a la necesidad de competir con las cadenas generalistas, y creemos que es necesario convertirla en una emisora de referencia para los madrileños.

La EGM, según nos ha explicado y según conocemos por Telemadrid Radio, arroja cerca de 43.000 oyentes. Cierto es que los oyentes de esta emisora han descendido respecto al año 97; sin embargo, nos gustaría saber si el número de oyentes ha aumentado del último EGM al que se produjo la vez anterior. No son muchos oyentes, pero sí los suficientes como para poder pretender que Telemadrid Radio sea, en el futuro, una emisora de referencia, de acercamiento de los madrileños a la misma.

Compartimos, y creemos que ha sido un gran acierto, los nuevos nombramientos que se han producido en la cúpula directiva de Telemadrid Radio. En su comparecencia del pasado 19 de febrero, el señor Soriano expuso, en grandes líneas,

la voluntad de cambio, esa programación de proximidad, una garantía de pluralidad y la exploración de nuevas fórmulas de explotación de la emisora. Con el nombramiento de esos nuevos directivos, al frente de los cuales ha colocado al reconocido, y tan querido por algunos de nosotros, Miguel Pérez Plá, al que tantos seguimos en su larga carrera profesional cuando era considerado por muchos la mano derecha de Antonio Herrero, creemos que el perfil elegido por el señor Soriano se ajusta a la necesidad de potenciar Telemadrid Radio.

Por último, y sin querer alargarme en la exposición, me gustaría saber, señor Soriano, si esas sinergias de Telemadrid con Telemadrid Radio -realmente me embarga la duda acerca de las sinergias que algún Portavoz del Grupo Socialista ha pretendido o pretende que se creen-, son necesarias para potenciar esa emisora. Insisto en que a nosotros nos embarga la duda de que esas sinergias sean tan necesarias como efectivas. Algunas televisiones generalistas lo están intentando, lo han intentado y, sin embargo, esas sinergias no siempre son tan interesantes o tan revolucionarias como pretenden algunos.

Creo, en ese sentido, que es necesario considerar que Telemadrid Radio tiene que ser una marca independiente, distinta a Telemadrid, en la que se pueden producir algunas sinergias; sin embargo, hay que potenciarla como única radio de cercanía y de vecindad de los madrileños. Nada más, y muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchísimas gracias. Para contestación, tiene la palabra el señor Soriano.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID** (Soriano Navarro): Gracias, señora Presidenta. Muchas gracias a los señores Portavoces de los Grupos Parlamentarios. He encontrado en ellos ideas, propuestas constructivas y también algunas coincidencias, y como éste es un reto que creo que tenemos que sacar entre todos, tomo nota de ellas, sobre todo de las que sean más novedosas.

De la intervención del señor Marín me quedo con esa idea de intentar identificar a los oyentes, de crearles un hábito de consumo de Telemadrid Radio, especialmente a los jóvenes, que es donde él ha hecho especial hincapié. Creo que ése es un camino que, desde luego, debemos

potenciar y explorar. No es fácil, como muy bien él reconoce; y habla de los fenómenos minifundistas y macrofundistas. En los minifundistas hemos tenido ese fenómeno de Kiss-FM, pero lo fundamental ha sido el acertar con una fórmula de música, que parecía que tampoco era tan difícil, pero a nadie se le había ocurrido antes. Por tanto, reto también a esta Comisión, por si se nos ocurre una fórmula mágica, como lo ha conseguido Kiss-FM: Fíjense qué nombre: "kiss", absolutamente distante y distinto, y, sin embargo, es una verdadera bomba desde el punto de vista del éxito. De modo que reconozco que es difícil pero no es imposible; agudizando la imaginación, igual podríamos dar con la fórmula, como el señor Blas Herrero dio con Kiss-FM.

Yo creo que coincidimos a la hora de destacar que es necesario hacer un esfuerzo, además de diferenciar la radio, y creemos que en eso estamos. No es el momento de profundizar en ello -quizás, en la posterior intervención-, pero yo creo que ése debe ser un objetivo del conjunto de la marca Telemadrid, porque la competencia con las cadenas comerciales es verdaderamente muy difícil.

En cuanto a la intervención del señor Cepeda, respecto a que la audiencia preocupa, yo creo que es algo que preocupa a todos, y, por supuesto, imagínese al máximo ejecutivo nada más llegar; naturalmente, es un motivo de preocupación. Pero, como decía el señor Jiménez de Parga, es cierto que en el último EGM lo que se ha detectado ha sido un repunte; es decir, se ha detenido la caída; la tendencia, como el señor Giménez-Alemán apuntaba, según me informa usted, me parece que ha hablado de febrero hasta diciembre, es todo un año, es una caída, y sigue una tendencia a la caída, pero en los últimos meses, según el último EGM, esa caída se ha detenido.

Yo estoy de acuerdo con usted, señor Cepeda, en que, probablemente, el EGM no sea el Oráculo de Delfos, pero es lo único que tenemos, y hasta ahora los anunciantes se guían por ello. Tomo nota, desde luego, y ojalá la FORTA, no solamente para la radio, sino también para las televisiones, pudiera articular algún tipo de instrumento más específico para lo que es la naturaleza de las televisiones autonómicas, y no confundan ciertos hábitos de consumo, porque, como sabe usted, el EGM es un ómnibus en donde se pregunta de todo. De modo que me parece buena idea que se pudiera impulsar algún tipo de medición en concreto por parte de las televisiones autonómicas.

Yo le aseguro que la pobre Viceconsejera -y digo pobre porque la aprecio una barbaridad, temiendo meterme en un jardín, pero no tengo más remedio que hacerlo-, más allá de sus declaraciones, entre sus prioridades tiene la de ayudar al que más necesita; no le quepa a usted la menor duda, porque la conozco bien, y no puedo dejarlo pasar porque me consta que su intención no es, ni muchísimo menos, evitar que aquellas personas que aprovechan los medios que el Estado, o en este caso la Comunidad, les ofrece para labrarse un porvenir digno, ella lo interponga. Si, naturalmente, esas personas pueden escuchar Telemadrid Radio, bienvenido sea, pero creo que no son incompatibles; no es incompatible escuchar Telemadrid Radio con dedicarse a un oficio o a estudiar, y, desde luego, no es pretensión de la Viceconsejera que haya una predeterminación en el futuro de los inmigrantes, porque de los inmigrantes ha hablado, efectivamente, el señor Jiménez de Parga. Es una preocupación que existe porque creemos que hay que dar un servicio a un fenómeno social que en la Comunidad de Madrid va "in crescendo", y es verdad, como decía el señor Jiménez de Parga, que le dedicamos especial atención a los inmigrantes en programas de fin de semana, incluso en sus lenguas de origen, desde el chino hasta el ruso.

Esto, que también se refleja en la televisión, es algo, sin embargo, que lo tenemos que revisar, como todos estamos haciendo en estos momentos, en estos primeros meses de gestión. Yo creo que es un filón de audiencia, desde luego, esa inmigración potencial, y a la que se le va a prestar atención, y debería ser también de mucho interés para los propios ciudadanos madrileños, porque son ciudadanos con los que hay que convivir, con los que se convive con muchísimo gusto, con la inmensa mayoría, y, por tanto, yo creo que las actividades, las inquietudes, sus dedicaciones comerciales interesan a la vecindad en su conjunto. De manera que tendrá una especial atención en la radio el mundo de la inmigración.

Se ha referido a la publicidad, y no tengo efectivamente el dato concreto aquí, pero le puedo asegurar que en el presupuesto que se hizo cuando ahora se va examinando mes a mes la ejecución de ese presupuesto, se están cumpliendo las expectativas. ¿Que sería deseable que hubiera más publicidad? Probablemente. No seré yo quien le diga que estoy en contra de la publicidad; todo lo contrario: bienvenida sea, y en eso estamos

trabajando, no sólo en una publicidad convencional de cuña publicitaria, sino buscando patrocinios que en algunos casos están dando buenos resultados.

En cuanto a los contratos, le aseguro que esa proporción que usted ha dado no se corresponde con la realidad. Es decir, hay más de 80 personas en plantilla, digamos que con su puesto en propiedad, como muy bien saben ustedes, saben cómo se accede a Telemadrid, a la empresa, a las dos sociedades que administra el ente, y yo le aseguro que algo más de 80 personas son personal de plantilla en la radio y alrededor de unos 20 son contratados, pero yo creo que eso existe en cualquier empresa y en cualquier Administración, porque la proporción es muy importante; para una radio de FM, yo creo que no está nada mal 80 personas, aunque en principio siempre los recursos son escasos y, si hubiera más, bienvenido sea. Lo que sí le puedo decir es que allí hay una estabilidad; es decir, existe una estabilidad en el proyecto y, por tanto, no hay motivo de ninguna preocupación.

Respecto a las sinergias, que también han mencionado el señor Jiménez de Parga y el señor Cepeda, y a las que yo me he referido anteriormente, el señor Jiménez de Parga querría saber algún detalle más de si son o no efectivas. Cabe hacerlo desde varios puntos de vista, desde unos propios vasos comunicantes de profesionales que pueden aportar su conocimiento, su presencia en uno u otro medio, desde luego, el medio más potente desde el punto de vista de audiencia que haga una remisión al oyente, a la radio, y luego desde el punto de vista también de la explotación publicitaria. Es decir, yo creo que hay ahí muchas posibilidades profesionales, conexión con los posibles oyentes y explotación publicitaria.

La Sra. **PRESIDENTA**: Le ruego que vaya terminando.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID** (Soriano Navarro): Muy bien. Efectivamente, uno de nuestros objetivos, como le decía, es consolidar el perfil de servicio público y de una marca que se convierta en imprescindible, en una marca Telemadrid Radio, que, por su pluralidad y por su buen hacer de los profesionales, se convierta en imprescindible. ¡Ojalá la pudiéramos poner de moda como se ha puesto Kiss FM!

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchísimas gracias. Pasamos al segundo punto del orden del día.

Comparecencia del Sr. Director General de Radio Televisión Madrid, a petición del Grupo Parlamentario Popular, al objeto de informar sobre modelo de televisión pública que promueve su Dirección General.

———— C-256/04 RGEF. 1791 (VII) ————

Tiene la palabra, por el Grupo Parlamentario Popular, su Portavoz, don David Pérez.

El Sr. **PÉREZ GARCÍA**: Muchas gracias, señora Presidenta. Muchas gracias al señor Director General tanto por su comparecencia como por sus profusas explicaciones también en la anterior comparecencia. El objeto de la solicitud de este Grupo es conocer, tras un período breve, pero intenso en actividad de gestión y de dirección por parte de su equipo, cómo se han plasmado esas líneas generales que ya nos expuso en su primera comparecencia y que nacían del modelo de televisión, que también la propia Presidenta autonómica expuso en su debate de investidura, cómo se han concretado en un modelo de televisión o en un modelo de dirección, en qué líneas generales de desarrollo de todos esos proyectos de los que nos habló y de todos esos objetivos que se trazó de transparencia, de calidad, de pluralidad, y la explicación de esa concreción es el motivo de la solicitud de esta comparecencia.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchísimas gracias. Tiene la palabra el señor Soriano.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID** (Soriano Navarro): Gracias, señora Presidenta. Permítame S.S. nada más comenzar que introduzca una breve matización semántica en relación con el término modelo, modelo de televisión, con el fin de evitar cualquier equívoco respecto al significado del mismo en el ámbito de mi intervención. Ciertamente, desde un punto de vista institucional y jurídico, esta Dirección General no tiene atribuida competencia alguna para definir un modelo de televisión autonómica. El modelo de Telemadrid viene

determinado por su carácter de servicio público esencial y por los siguientes criterios inspiradores de la programación: el respeto a los principios que informan a la Constitución y el Estatuto de Autonomía y a los derechos y libertades que en ellos se reconocen y garantizan; la objetividad, la veracidad y la imparcialidad de las informaciones, el respeto a la libertad de expresión y el respeto al pluralismo político, cultural, religioso y social.

Asimismo, configura el modelo de la televisión pública aquella normativa que regula la estructura de sus órganos de administración y dirección, así como su sistema financiero. De otra parte, y en desarrollo de la normativa que configura el modelo de la televisión pública y como complemento de la misma, podría entenderse que jurídicamente integran el modelo de televisión tanto las resoluciones aprobadas por la Asamblea de Madrid sobre el Ente Público Radio Televisión Madrid como los principios generales y criterios de programación aprobados por el Consejo de Administración. En esta interpretación jurídica del término modelo de televisión, la Ley 13/1984, de 30 de junio, de Creación, organización y Control Parlamentario del Ente Público Radio Televisión Madrid, concretamente en el artículo 9.g) establece con precisión cuál es la competencia del Director General, y lo dice en los siguientes términos: "Ordenar la programación de acuerdo con las disposiciones generales y con los principios aprobados por el Consejo de Administración".

En consecuencia con lo anterior, en mi intervención informaré a SS.SS. sobre el modelo de televisión que promueve esta Dirección, entendiéndolo que el término modelo no se utiliza aquí en una acepción jurídico-institucional, sino identificando el mismo con las líneas concretas de actuación que permitan la puesta en práctica de aquellos principios que lo configuran.

Una televisión pública como Telemadrid debe ser ante todo un punto de referencia para los ciudadanos de nuestra Comunidad, una institución respetada y reconocida por un elevado número de madrileños, sin distinción de ideologías, credos o condición social. Telemadrid debe informar, formar y entretener, de tal forma que sus contenidos sirvan como un factor de cohesión social que refleje una sociedad moderna que avanza. Nuestra televisión pública hará una programación pluralista, variada e innovadora y no renunciará a la calidad para asegurarse una cuota de mercado que pueda

proporcionarle recursos económicos, de los que, por otra parte, por supuesto, nos encontramos tan necesitados. Nuestra televisión pública debe desarrollarse en un marco legal muy heterogéneo, e incluso muy contradictorio, y es por ello por lo que en nuestro país los perfiles de la programación de la televisión pública y la televisión privada han terminado siendo muy parecidos. El modelo de financiación de las televisiones públicas se basa, en buena medida, en los recursos que genera el mercado publicitario; en nuestro caso concreto supone del orden del 54 por ciento, por ello se nos ha obligado a competir con las televisiones privadas, anteponiendo, en la mayoría de los casos, el modelo de financiación al modelo de televisión alternativo.

Antes de ningún planteamiento de carácter general que podamos hacer en esta Asamblea, no vamos a esperar a la ley audiovisual que regule el sector y que ya nos ha prometido el Gobierno de la nación, y tampoco vamos a esperar el dictamen del "comité de sabios", que se traducirá en la ley que defina la estructura, la financiación y la autonomía de la televisión pública, si es que llega a afectar a la Ley 46/1983, Reguladora del Tercer Canal.

Telemadrid no va a esperar en una actitud de brazos cruzados, creo que lo dije desde el primer momento, pero creo que ahora es más conveniente resaltarlo a la vista de los últimos acontecimientos que se han registrado en Radio Televisión Española. Nosotros, con los instrumentos legales vigentes, estamos dispuestos a impulsar la televisión de calidad que muchos madrileños demandan. Este ambicioso objetivo es a medio y largo plazo, pero día a día, sin demora, vamos a acercarnos a lo que creemos que debe ser la televisión pública y vamos a tratar de que las cuentas nos salgan con la televisión que tenemos que hacer para sintonizar con nuestra sociedad, para fortalecer convicciones y conductas democráticas, así como la identidad cosmopolita de nuestra Comunidad Autónoma, para informar con veracidad y objetividad, para contar con opiniones plurales e independientes, para elevar el nivel cultural, para crear hábitos de entretenimiento que rechacen la denominada "telebasura"; en definitiva, acercarnos día a día lo más posible a lo que hoy, desde distintos sectores, pudiera parecer algo utópico pero que es una demanda real de una sociedad moderna, culta y competitiva como es la sociedad madrileña.

En este sentido, las líneas de actuación que está promoviendo esta Dirección General desde su

nombramiento, y que se verán sensiblemente incrementadas con la presentación de la nueva programación de otoño, son las siguientes. En diversas ocasiones he puesto de manifiesto, tanto en esta Comisión como en el Consejo de Administración, mi propósito de alcanzar la máxima participación, la suma de todas las fuerzas para incrementar el nivel de calidad de la programación, para profundizar en el rigor de la información y para mejorar la transparencia y el control de la gestión. Con el fin de conseguir dicho objetivo, esta Dirección ha celebrado durante los primeros meses numerosos encuentros con los máximos responsables regionales de los partidos políticos, de las organizaciones sindicales, con asociaciones representativas de la defensa de los ciudadanos, con las secciones sindicales y comité de empresa de Radio Televisión Madrid, con importantes empresas y profesionales del sector, etcétera, y ha escuchado y recabado la opinión de todos los sectores implicados.

Desde el inicio de mi mandato he apostado claramente por la participación activa y permanente del Consejo de Administración en la gestión de Telemadrid, he recabado su criterio con carácter previo a la toma de decisiones, enriqueciendo e incrementando su participación en la actividad de la empresa y procurando el consenso y el entendimiento de todos en la búsqueda de respuestas a los problemas existentes en materias tan sensibles como la internalización de servicios, la producción propia, la política informativa y la política de programación. Asimismo, se ha potenciado la transparencia y la objetividad en la contratación de la producción y especialmente en la producción ajena, incrementando el papel del Consejo en el control y creando una comisión específica para la adjudicación de la contratación de programas, de la que forma parte el Presidente del Consejo como miembro de pleno derecho.

Una de las prioridades de esta Dirección General, como ya conocen SS.SS. sobradamente, es la mejora y potenciación de los programas informativos con nuevo formato, nuevas presentaciones y nuevos espacios informativos, todo lo cual ha supuesto un cambio cualitativo y cuantitativo, convirtiéndose la información en la columna vertebral de la programación de Telemadrid y en la seña de identidad propia de nuestra cadena. Una de las líneas de actuación prioritarias de esta Dirección está referida a conseguir una

programación de calidad, tanto desde el punto de vista de contenidos como desde el punto de vista técnico, renunciando a esa parte de la audiencia que sigue masivamente los programas que, por su carácter claramente degradante, no pueden tener cabida en nuestra cadena; televisión de calidad que persigue una rentabilidad social y unos recursos suficientes a través de la publicidad, procurando el equilibrio entre audiencias mayoritarias y minoritarias.

En este apartado es oportuno destacar nuestro propósito de innovar y potenciar la creatividad interna de la casa y la singular exigencia -y termino rápidamente, señora Presidenta, me queda menos de un minuto- en la creatividad externa, manteniendo y reafirmando nuestra imagen de cadena moderna e innovadora.

En cuanto a las líneas de actuación que se ha propuesto esta Dirección en el área de la producción, puede destacarse lo siguiente: uno, optimización de los recursos propios para estimular y potenciar la producción interna; dos, transparencia y objetividad en la contratación; tres, potenciación de formatos y tecnologías innovadoras; cuatro, búsqueda de nuevas fórmulas de financiación; cinco, incremento de la producción en el ámbito de FORTA; seis, proyectos de ficción de producción propia de bajo coste y de marcado carácter local; y, finalmente, producción de documentales de coste bajo o medio que representen aspectos inéditos de nuestra Comunidad, e incluso la producción de documentales de gran formato que aborden temas residenciados en Madrid de interés universal, financiados mediante coproducciones. Por último, también cabe resaltar la promoción del cine español y de la industria audiovisual madrileña.

En la puesta en marcha de las líneas de actuación reflejadas en estos puntos, está dedicada esta Dirección General, con todo su equipo directivo y con los profesionales de la casa, que dedican mayor esfuerzo, con el objetivo de hacer realidad el modelo de televisión pública que la actual normativa, la Asamblea de Madrid y el Consejo de Administración nos están demandando. Nada más, y muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchísimas gracias por la síntesis que usted ha realizado en un tema que, la verdad, es apasionante. Pasamos al turno de los Grupos Parlamentarios. En primer lugar, tiene la

palabra el Portavoz de Izquierda Unida.

El Sr. **MARÍN CALVO**: Gracias, señora Presidenta. Señor Director General, las declaraciones de principios a mí me gustan muchísimo, pero llevo muchísimo tiempo escuchando declaraciones de principios en esta Comisión, que, desgraciadamente, se cumplen parcialmente o no se cumplen. Seguiré con atención lo de la promoción del cine español porque me parece fundamental. Mi Grupo Parlamentario hace tiempo que viene hablando no sólo de la promoción del cine, sino también de la financiación en lo que respecta a esta Comunidad Autónoma.

Lo de cumplir las leyes, me parece que es lo justo: cumplir la leyes; las que existen, por lo menos, hay que cumplirlas, y yo creo que Radio Televisión Madrid, como todas las televisiones, no cumple la Ley de la Trasposición de Televisión sin Fronteras. No la cumplen, señor Director General, y tendría usted que revisar con sus directivos los datos de incumplimiento de esa ley, que en algunos casos son flagrantes.

Habla de calidad con la cuota de mercado, para los pocos recursos económicos. Pues, mire usted, nosotros siempre hemos estado dispuestos a que haya los recursos públicos económicos necesarios y suficientes, y de eso voy a hablar en este momento. Nos ha hablado usted de lo que marca la ley, de lo que dice que debe ser, y me parece correcto, pero nosotros entendemos que hasta este momento Radio Televisión Madrid tiene un modelo básico continuista, que todavía no tiene innovación, que es inconsistente para esta nueva televisión que usted promociona, que ha promocionado incluso la Presidenta de la Comunidad, con un ligero incremento del gasto, pero con un decreciente gasto en términos reales que son los recursos. Me parece que estamos en esa situación.

Incorre, además, en un déficit sobre el ya acumulado cuando -creo que aquí hay compañeros que llevan bastante tiempo en esta Comisión-, antes, cuando se hablaba de Telemadrid en otra Comisión, en la Presidencia, había un acuerdo de todos para que no se volviera a financiar con déficit la deuda acumulada, y creemos que se sigue haciendo de esa manera. Por lo tanto, creemos que es un modelo presupuestario insuficiente para hacer una televisión -y en eso coincidimos con usted- de calidad, una

televisión como Telemadrid, que, entre las televisiones generalistas, tiene, es evidente, un margen relativo de maniobra.

Creemos que Telemadrid está en crisis de proyecto, está en crisis de identidad y todavía no tiene una definición de modelo. Miren, Señorías, el consumo como explotación económica e ideológica del tiempo libre es el objetivo de la lucha de las televisiones públicas y privadas; ahí no deberían entrar las públicas, pero también entran. El tiempo libre está siendo conquistado por actividades que, lejos de liberar al individuo, le someten a unas imperiosas obligaciones consumistas. Por lo tanto, nosotros consideramos que si la televisión es un medio de simple entretenimiento, no entendemos que se pueda financiar con dinero público. Si la televisión, por el contrario, se entiende como un medio de formación, de educación, capaz de transmitir cultura y valores, desde luego es un deber del Estado -la Comunidad es Estado también- ocuparse de sus presupuestos.

Nosotros proponemos -usted ha dicho algunas de nuestras propuestas- una televisión plural, independiente, que propicie foros de debate, que facilite la crítica social y que tenga una financiación necesaria. Nosotros apoyaremos el tipo de financiación que haga que tenga la financiación necesaria Telemadrid; siempre lo hemos dicho, y siempre que cumpla los requisitos que todos podamos consensuar de la manera más general posible. Proponemos una televisión de calidad; de calidad, pero no aburrida. Muchas veces se tiende a que no haya que competir en el mercado, aunque siempre hay que competir en el mercado, no podemos engañarnos a nosotros mismos. La televisión puede ser de calidad, pero no debe ser aburrida en ningún caso. Se debe hacer una televisión con imaginación y con innovación, y creemos que esto falta todavía en Telemadrid y que tenemos que ponernos a trabajar para conseguir que no sea así; tenemos que hacerlo porque la competencia es tremenda e implacable. Tenemos que buscar el sitio -que creo que nos interesa a todos- para que Telemadrid sea el canal público de televisión con todas estas características que he nombrado. Nada más. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Gracias, señor Marín. Tiene la palabra el Portavoz del Grupo Parlamentario Socialista señor Cepeda por tiempo de diez minutos.

El Sr. **CEPEDA GARCÍA**: Gracias, señora Presidenta. La verdad es que me ha sorprendido la cantidad de comentarios y constricciones que, a propuesta del Grupo Parlamentario Popular, usted ha hecho aquí respecto al modelo de televisión. Es cierto que una televisión pública está, lógicamente, desarrollada en un contexto que marca la Constitución y en un marco legislativo concreto. Sin lugar a dudas, ese marco y ese contexto da lugar a un modelo determinado. En ello estamos algunos en otros ámbitos, aunque Telemadrid no vaya a esperar a ver cómo se desarrollan, ni tan siquiera quiera evaluar, sopesar o ver alguno de los planteamientos que el Gobierno de España puede aportar en tono positivo al futuro de Telemadrid. Si no quiere esperar, lo entiendo. Lo cierto y verdad, como bien decía el señor Marín, es que en esta Comisión llevamos ya esperando unos cuantos meses a ver algo real, más allá de buenas intenciones. Algunas cosas se van viendo, pero no sabemos si están rozando más lo virtual que lo real.

Digo que me sorprendía porque parecía que usted le estaba usted enmendando la plana al Portavoz del Grupo Parlamentario Popular por introducir el contexto, la palabra modelo en su iniciativa a la hora de solicitar su comparecencia, pero le voy a decir que sí, que, sinceramente, en una televisión pública se puede desarrollar un modelo determinado; un modelo, desde luego, basándonos en lo que debe ser su propia estructura.

En cuanto al estado financiero de la cadena, como también ha comentado el señor Marín, hay que intentar buscar un cierto equilibrio. Lamentablemente, hemos vuelto a observar cómo vuelve a aumentar el déficit en torno a la deuda acumulada. En fin, más de lo mismo, diría yo.

Usted también expresa aquí buena voluntad a la hora de impulsar algunas estrategias, también como modelo, dentro de lo que deben ser sobre todo algunos ámbitos de producción propia, aunque luego a la hora de la verdad incluso hablamos de fomentar la producción del cine español e incluso la industria audiovisual madrileña. Luego, insisto, observamos cómo la industria audiovisual madrileña pasa a mejor vida, cuando hace falta contratar algunos servicios y se contratan empresas productoras ubicadas, por ejemplo, en la Comunidad valenciana en concreto la productora La Granota Roja; son cosas que vamos viendo cómo se van desarrollando. Por eso digo que están bien los discursos, están bien las buenas intenciones, pero luego en el día a día no vamos

viendo que esas buenas intenciones se vayan plasmando realmente y vayan proyectando esos objetivos globales que, efectivamente, la mayoría de todos los que estamos en esta Comisión solemos compartir.

Ha hablado usted de los informativos como columna vertebral, y es cierto, han hecho una apuesta y un cambio en los informativos. Estoy seguro que en próximas comparecencias podremos profundizar mucho más sobre cómo van evolucionando; a fecha de hoy nos parece todavía un tanto prematuro posiblemente profundizar en la evolución y en el desarrollo de los mismos, pero algunas cosas se van vislumbrando ya, y realmente no son cosas que nos agraden excesivamente, sobre todo respecto a la rentabilidad que se quiere buscar con esos cambios. En fin, insisto, no es momento de hacer evaluaciones respecto a los informativos; vamos a esperar todavía a ver cómo evolucionan, pero cosas como, por ejemplo, no estar presentes en la Feria del Libro, como se ha estado otros años en otras ediciones, sin lugar a dudas a nosotros nos ha sorprendido, no sé si por la estrategia global del Partido Popular en materia cultural, que cada vez que pone algún apoyo logístico en términos financieros quiere controlar al cien por cien todo lo que allí se produzca; lo estamos viendo con las iniciativas que están tomando en el propio Círculo de Bellas Artes y en otros ámbitos. No sabemos si es ésa la tendencia, que es una tendencia perfectamente uniformada y un modelo de hacer cultura en esta región, pero, sin lugar a dudas, que Telemadrid haya estado fuera de lo que es la Feria del Libro nos ha sorprendido, y nos ha sorprendido negativamente.

Decía que está muy bien hablar de muchas cosas en términos genéricos pero luego, en el día a día, es necesario ir aterrizando ya en decisiones concretas, y estamos observando cómo algunas de esas decisiones no obtienen ni la rentabilidad financiera que, lógicamente como una empresa pública, hay que intentar optimizar, y siempre el Portavoz popular en la Comisión de Economía nos lo recuerda una y otra vez, que con pocos recursos hay que hacer muchas cosas; vamos a ver cómo se hace eso en Telemadrid, en concreto. En esa toma de decisiones puntuales tampoco estamos viendo que estemos dando esa rentabilidad social ni se esté buscando esa optimización de servicio público; quiero decir que si reforzar los informativos en materia cultural, es simplemente, anunciar un libro o

un nuevo disco, yo creo que estamos haciendo un escuálido trabajo en ese sentido o en esa materia.

Con independencia de hacer alguna crítica constructiva, quería hacerle también alguna propuesta. Quiero decir que vivimos en la era de la sociedad de la información, y que, al igual que la mayoría de las cadenas, las grandes cadenas, de televisión, y especialmente el modelo que, como usted bien sabe, mi Grupo viene poniendo siempre encima de la mesa, que es el modelo de la BBC, hace falta dar un paso más hacia adelante en lo que es la simbiosis entre los distintos modelos, las distintas plataformas de información; es decir, me estoy refiriendo en concreto a Internet. Yo creo que es muy importante que en Telemadrid se desarrolle mucho más la plataforma que la cadena tiene en Internet.

Insisto, las grandes cadenas de televisión tienen unos soportes muy importantes en la red de redes, y no parece que en Telemadrid exista algo así, más allá de hablar de la innovación, porque, a fecha de hoy, todo el mundo hablamos de la innovación, pero prácticamente nadie la sabe definir; parece que la definición de innovación para cada uno es una cosa distinta, pero suena bien, esto de innovación, modernidad, al final suena muy bien, y parece que estamos ya todos en el siglo XXI, pero es importante dar pasos también en este sentido, y por eso desde mi Grupo le queremos también incentivar para que cuide la proyección y el espacio de Telemadrid en la red de redes. Es muy importante porque hemos visto cómo la gente va evolucionando respecto a estas plataformas, a medida que nuestro país también se va introduciendo en el consumo de productos en la sociedad de la información, y, desde luego, posiblemente también seríamos capaces de intentar captar un volumen importante de un nuevo sector de población que, desde luego, en torno a los sectores más jóvenes me refiero, a la juventud, son los mayores consumidores de este tipo de soportes, de la red de redes y de la información, y estamos viendo cómo otros grandes medios de comunicación en nuestro país están haciendo fuertes inversiones para poder realmente buscar esta plataforma y consolidar, lógicamente, espacios de audiencia.

Yo creo que eso también nos podría servir para el tema que hemos tratado con anterioridad. Yo creo que a Telemadrid Radio también sería muy importante darle un cierto impulso a través de Internet. Hoy en día, la Cadena SER se escucha, por poner un ejemplo, en muchos centros de trabajo

gracias a su propia página web, donde la gente pincha y directamente está escuchando la emisora de radio a través de Internet. Yo creo que esos soportes, de la misma forma que la posibilidad de emitir en tiempo real las imágenes que emita Telemadrid, son, sin lugar a dudas, apostar por la innovación, y apostar, desde luego, por el futuro; apostar por la innovación no es solamente estar permanentemente sometidos a una empresa en concreto que soporte videoservidores de alta calidad, ni nada parecido, y que cada equis años nos someten a la cadena de hacer nuevas e importantísimas inversiones de nuevo en estos videoservidores, porque parece que se quedan obsoletos. Yo creo que apostar por la innovación posiblemente sea por diversificar también nuestros proveedores en materia tecnológica, e impulsar plataformas como la que le he comentado, a través de Internet.

En todo lo demás estamos de acuerdo con usted: buscar la rentabilidad social, y no con ello, lógicamente, huir de la calidad; una mayor cobertura local, coproducciones, etcétera. Son conceptos en los que globalmente estamos de acuerdo, pero, insisto, más allá de las palabras, yo creo que ya se van acercando las fechas de ir aterrizando realmente en acciones concretas. Vamos a esperar también a la programación de otoño donde, si lugar a dudas, yo creo que se van a plasmar de una forma nítida también todas estas apuestas que usted, de buena fe, estoy seguro, nos hace comparecencia tras comparecencia. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, Señoría. Ahora le toca el turno al representante del Grupo Popular, señor Pérez García.

El Sr. **PÉREZ GARCÍA**: Muchas gracias, señora Presidenta. En primer lugar, quiero destacar el enorme esfuerzo que, además, es un esfuerzo del que son conscientes también los propios Grupos de la oposición -otra cosa es que, lógicamente, en su papel de oposición, les corresponda no destacarlo u ocultarlo-, que es el esfuerzo de diálogo. No hay precedente, desde luego, en ninguna televisión autonómica de la llegada de un equipo de dirección a una televisión autonómica que entable un debate abierto con todos cuantos tengan algo que aportar en un modelo de televisión que se pretende llevar a la práctica, y en el que se hace un ofrecimiento real,

y además constatable, de hacer aportaciones que contribuyan al objetivo común, que es conseguir una televisión de la mejor calidad para todos los madrileños, y, desde luego, que consiga poner en relación la máxima rentabilidad social con la viabilidad económica. Por tanto, lo primero que quiero destacar es el ejemplo de diálogo que está desarrollando la nueva dirección a la hora de integrar todas las voluntades en ese objetivo común.

En segundo lugar, yo creo que lo más destacable de la intervención del Director General es, desde luego, y eso también hay que decirlo, y no lo he oído destacar en los grupos de la oposición, es la apuesta que se está haciendo por la información. En tan sólo dos meses de la llegada del equipo de dirección actual se ha puesto en marcha una fórmula informativa con una oferta de programas que no existía hasta la fecha, con nuevos espacios, con nuevos formatos, con una ambiciosa orientación que, desde luego, estoy convencido de que va a conectar cada vez con mayores capas de audiencia porque, cuando la información se aborda con seriedad y con profesionalidad, como se está haciendo, eso tiene una inmediata respuesta en forma de audiencias y eso lo acabaremos viendo. Desde luego, no se puede pretender que eso se produzca de forma inmediata, sino que eso se consigue precisamente con un trabajo continuado, que es el que Telemadrid está desarrollando.

Con respecto a las intervenciones de los grupos, yo quiero comentar dos cosas que me parecen fundamentales. La conclusión primera que saco es que ninguno de los dos Portavoces de los Grupos Parlamentarios de oposición ven Telemadrid. De sus afirmaciones, lo que se desprende es que no ven Telemadrid, a lo mejor sí escuchan la Cadena SER, como muy bien decía el señor Cepeda y como también hacemos muchos otros, pero, desde luego, no ven Telemadrid. Por tanto, hablar de que Telemadrid carece de una rentabilidad social es obviar y además hacer, yo creo, un desprecio muy importante a los profesionales de la casa que están desarrollando espacios, a los que también hacíamos alusión en la anterior comparecencia, volcados con la inmigración que hay en España, volcados con la actividad social de numerosas ONG y eso no sólo en Telemadrid, sino también en Telemadrid Radio y, desde luego, con una visión cercana, abierta, que cuenta con todas las visiones de los sectores madrileños. Por tanto, decir eso o, por ejemplo, decir que no se está cumpliendo con las directivas

europas en materia de cine europeo y cine español es no ver la televisión y, además, desconocer los datos que así lo acreditan y que, desde luego, se están cumpliendo. (El Sr. **MARÍN CALVO**: Es que ni se están cumpliendo. ¿Cómo es posible que nieguen la evidencia?)

La Sra. **PRESIDENTA**: Ruego silencio.

El Sr. **PÉREZ GARCÍA**: No obstante le diré al Portavoz de Izquierda Unida, que veo que discrepa de mi postura y lógicamente está en su derecho de hacerlo, que, a petición de este Grupo, hay una comparecencia que yo intentaré que sea la próxima comparecencia del Director General para hablar precisamente de ese aspecto y tenemos ocasión, por tanto, de comentarlo en ese momento, pero yo hoy simplemente les quiero animar a que vean la televisión autonómica de Madrid y, segundo, a que hablen también con el sector profesional, que hablen también con los trabajadores, no con esos trabajadores que les dan datos erróneos de la contratación eventual en Telemadrid (*Rumores.*), sino con los profesionales que a ustedes les consta que están destacando por la impecable trayectoria del nuevo equipo de dirección de Telemadrid y el modelo que se está poniendo en práctica y que, desde luego, es un referente para muchas cadenas autonómicas, no, desde luego las gobernadas por ustedes, pero sí para otras de España que ven en el nuevo modelo de Telemadrid un ejemplo a seguir.

Ustedes reprochan al Director General de Telemadrid y a su equipo directivo que hacen declaraciones de principios pero que eso no se concreta en hechos. Yo le voy a decir a ustedes lo que son hechos y lo que son declaraciones de principios; declaraciones de principios son los que hace el señor Zapatero cuando dice que va a implantar un sistema de televisión abierto, con unas formas de elección determinadas, y eso parece que va a ser de forma inmediata, pero nada más llegar al poder lo que hace es decir que va a haber un comité de sabios que inmediatamente va a tomar una serie de decisiones. En un Pleno reciente, señor Cepeda, ya no era inmediatamente, ya era un año lo que iba a tardar ese comité de sabios en poner en práctica eso. En una entrevista que se publicaba hace dos semanas, ya la Directora General Carmen Cafarell decía que iban a ser dos años. El señor Chaves, que venía anunciando esto desde hace ocho años, sigue

sin hacerlo y seguimos contando con ese plazo de ocho años. Eso son declaraciones de principios que no se concretan en hechos. Por tanto, cuando ustedes animan, y me parece una gran osadía, al equipo de dirección de Telemadrid a que espere a que ese nuevo modelo que van a poner ustedes en práctica porque va a aportar tantas ventajas a la pluralidad, entiendan que no, que el equipo de dirección de Telemadrid haya tomado la iniciativa y en tan sólo dos meses haya puesto en marcha una oferta informativa sin precedentes y un formato de televisión sin precedentes, que es lo que ha hecho en tan sólo dos meses. Si les esperamos a ustedes, a lo mejor lo que ocurre es que no lo llegamos a ver, y, por tanto, creo que hay que aplaudir esa iniciativa que, sin duda, conduce a la mejora de la programación que todos los madrileños van a poder ver.

Para ir concluyendo, quiero destacar que en el objetivo de optimizar los servicios informativos, desde luego, debe seguirse insistiendo en la línea de cercanía que estamos constatando en todos los espacios informativos de Telemadrid. Yo creo que en este momento no sólo se está produciendo una mejora cuantitativa en cuanto a que tenemos, desde luego, nuevos espacios informativos, sino que la calidad es cada vez mayor, y yo quiero en este sentido no sólo felicitar al equipo de dirección de Telemadrid, sino hacerlo extensivo, y que conste así en acta, a los trabajadores de Telemadrid por el enorme esfuerzo e ilusión que están poniendo en este proyecto, y, desde luego, yo les puedo asegurar, como conocedor del medio -y estoy convencido de que los propios Portavoces de la oposición como conocedores del medio que son también lo saben perfectamente- que no existiría ese compromiso global de toda la casa en este proyecto si no vieran que este proyecto es un proyecto bien orientado, que es un proyecto escrupuloso, es un proyecto que respeta totalmente la pluralidad informativa, y que está haciendo el máximo esfuerzo en la transparencia y en la gestión.

Por ejemplo, ustedes dicen que no hay declaraciones de principios y hechos, y ya hay hechos relacionados con la transparencia en la gestión, con la puesta en marcha de esa comisión que va a asegurar la transparencia en la contratación; esa apuesta por los recursos propios, que eso sí es apostar por nuestro ente autonómico, eso sí es apostar, contar con esos recursos propios en vez de subcontratar, como hacen ustedes, quizás

sirviendo a unos intereses que ya nos explicarán, a otras personas que, digamos, reportan esos contenidos que nosotros preferimos que, si se pueden hacer en la casa, se hagan en la casa, porque cuando se han hecho se han hecho bien, y, por tanto, creemos que hay que contar con esos trabajadores y con esas producciones.

Por tanto, ya para terminar, quiero decir que los criterios de producción que ha anunciado el señor Director General son un desarrollo de los tres principios que enunció inicialmente y que ya se sustancian, por tanto, en estos seis puntos que hoy ha enunciado, que ya estamos viendo que empiezan a arrojar muy buenos resultados. Quien no lo quiera ver, desde luego, no lo verá, pero yo lo puedo evaluar y, desde luego, lo intento hacer incluso profesionalmente, no sólo como representante de un partido político, y les puedo decir que en este momento que estamos en campaña electoral, desde luego, lo que no van a poder reprochar -no lo han hecho aquí y no lo van a poder hacer- es que no se esté dando una información absolutamente plural, absolutamente independiente, y eso ocurre en pocos sitios, y ustedes lo saben. No ocurre en Televisión Española, donde la Junta Electoral Central acaba de enmendar la plana a la dirección socialista plural y dialogante que ha puesto el Partido Socialista, a la dirección de Carmen Cafarell, y la ha obligado a rectificar las pautas que estaba imponiendo, contrariando la proporcionalidad y dando al Partido Popular el mismo tratamiento, con un 50 por ciento de representación, que a Galeuska con un 5 por ciento; automáticamente la Junta Electoral ha ordenado a Carmen Cafarell que rectifique y no lo ha hecho; estamos esperando que lo haga.

Gracias a Dios y gracias, desde luego, al trabajo que se está haciendo en la Dirección de Telemadrid, creemos que nuestra televisión va a ser un ejemplo también en esta campaña electoral, como lo ha sido en anteriores episodios de nuestra vida social, porque, desde luego, hemos tenido que enfrentar momentos también dolorosos, como los atentados del pasado 11 de marzo, dando un ejemplo de profesionalidad, dando un ejemplo de entrega; lo estamos viendo otra vez en esta campaña y yo estoy convencido de que lo vamos a seguir viendo a lo largo de los próximos años. Por tanto, llamo a los Portavoces de la oposición para que sean ecuanímenes, que sean objetivos y que no antepongan su visión partidista a los hechos, ya que los hechos acreditan que Telemadrid va por el buen

camino.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchísimas gracias, señor Pérez. Para contestar, tiene la palabra el señor Soriano.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID** (Soriano Navarro): Muchas gracias a los señores Portavoces. Vuelvo a reiterar que encuentro en el tono y en sus propuestas una actitud constructiva, y, desde luego, ése ha de ser el camino, porque a veces, ante unas dificultades importantes que ustedes mismos han reconocido, como es la dura competencia, como es, probablemente, no sé si decir ausencia de modelo, como decía el señor Marín, pero, desde luego, una gran confusión, una enorme confusión en todo lo audiovisual, actitudes irresponsables que llevan a desestabilizar por razones puramente partidistas, yo creo que, cuanto antes nos olvidemos de ellas, mejor, porque yo creo que Telemadrid tiene una oportunidad de oro precisamente en estos momentos de mayor competencia y de alguna incertidumbre en cuanto al modelo. Sinceramente, creo que Telemadrid tiene una gran oportunidad, y no son sólo declaraciones de principios, creo que lo dije desde el primer momento, no desde ahora, desde siempre; yo he trabajado en medios que se tienen que justificar cada mañana, pero es que en este caso es cada hora.

Creo que se puede observar cuáles son los resultados, en principio, de las decisiones tomadas, y aunque todavía no se puedan obtener los resultados óptimos, sí se puede analizar una tendencia, pero no se deben atribuir unas decisiones o unos propósitos, que no tienen nada que ver con lo que la realidad está demostrando a diario. No son meros principios, no es una declaración de buenas intenciones; como ha dicho el Portavoz del Grupo Popular, en muy poco tiempo se han puesto en marcha nuevos informativos que han demostrado muchas cosas. En primer lugar, el esfuerzo, la profesionalidad de todos los trabajadores, porque hacer informativos es algo verdaderamente costoso desde el punto de vista del esfuerzo; antes no había informativos a las 7 de la mañana ni a las 12 de la noche.

Esas cuestiones que muchas veces se miran con cierta distancia, incluso con cierta displicencia, deben corregirse, porque creo que, en

lo que respecta al esfuerzo, no son declaraciones de principios, y tampoco con relación a los contenidos. Creo que desde esta Dirección General hemos demostrado con hechos que hay una auténtica pluralidad de opiniones y unos planteamientos objetivos a la hora de abordar la información. En mi opinión, esto es lo más importante de una televisión pública autonómica; es decir, en primer lugar, la importancia cuantitativa que se les da a los informativos y, en segundo, las orientaciones de dichos contenidos.

Como decía, esto no es una declaración de principio, señor Cepeda; también el señor Marín hacía una pequeña alusión a que estamos simplemente ante unas buenas intenciones. En mi opinión se puede demostrar, se puede constatar que hay más informativos a lo largo de la semana y del fin de semana, y, desde el punto de vista de los contenidos, hay verdadera pluralidad. Esto hemos tenido que demostrarlo, además, en momentos difíciles, como decía el Portavoz del Grupo Popular, y lo estamos demostrando ahora, en otro nuevo proceso electoral. Por tanto, no podemos decir que se trata sólo de declaración de principios llevar a los madrileños la realidad de todos los días, tener un informativo a las 7 de la mañana, un "Buenos días" a las 9,30, un informativo de una hora a las 14 horas, un informativo con nuevo formato a las 20,30 y un nuevo informativo a las 24 horas. En fin, usted se puede tomar la comida en cinco minutos, pero ha llevado mucho tiempo hacerla; se lo puede asegurar. Ha llevado mucho tiempo hacerlo, y es cierto que no con un gasto mayor, y en cuanto a esa ilusión a la que se refería el Portavoz socialista, hay ilusión en una parte de la casa y naturalmente habrá otra parte de la casa que, muy legítimamente, no solamente critique la gestión, sino que incluso plantee viejas reivindicaciones; algunas de las que nos plantean son antiguas, ancestrales reivindicaciones, pero creo que también se están intentado resolver por la vía del diálogo. Es decir, se está hablando muchísimo con todos los sectores implicados, porque nos interesa Telemadrid.

Telemadrid es una institución, como decía al principio de mi exposición; es una institución, y eso no es una declaración de principios. Si entendemos los principios desde posturas políticas pragmáticas que lo único que buscan son resultados, los principios no sirven para nada, y a mí se me hace muy cuesta arriba, desde luego, dialogar. Es decir, creo que los principios que defendemos pueden ser

compartidos también por un amplio sector, creo que por la mayoría de la oposición aquí representada, y eso no es un mero brindis al sol, porque se está comprobando todos los días. Por tanto, valoremos lo de los principios, pero hagámoslo como una constatación de la realidad, no como una mera declaración retórica. Rechazo que lo que yo haya traído y posteriormente gestionado sea una mera declaración retórica. Digo que eso no es verdad, y los hechos son demostrables. En cuanto a los contenidos eso es lo primero que teníamos que hacer: dignificar los informativos y convertirlos en columna vertebral de la programación de Telemadrid.

En segundo lugar, la transparencia en la gestión, y no es baladí el hecho de haber constituido una comisión de contratación de programas externos, cosa que la señora Cafarell ha anunciado, después, desde luego, de haberlo anunciado yo aquí. Lo recordarán ustedes muy bien, pero, como estaban particularmente excitados en aquellas fechas, no repararon en ello; pero yo lo anuncié; yo anuncié la constitución de una comisión de programación externa, y eso es lo que ahora nos anuncia también la señora Cafarell, y lo celebro, porque, de verdad, el mercado está muy necesitado de esa transparencia.

Muchas veces -como ha aludido muy acertadamente el Portavoz del Grupo Popular- el ruido que se hace en torno a una televisión pública procede de unos emisores que tienen intereses particulares no suficientemente claros. Cuesta mucho trabajo digerir que determinados grupos políticos, que, naturalmente, trabajan honradamente para representar los intereses generales, en determinados momentos, porque interesa a determinados sectores particulares, se hagan cómplices de ello, y eso es lo que ha ocurrido, señor Cepeda, por ejemplo, en la Feria del Libro. ¿Cómo se lo diría yo? La Feria del Libro, y usted lo sabe bien, se viene organizando como se viene organizando; yo no hago juicios de intención sobre si está bien o mal, pero, si a mí, cuando asumo la responsabilidad que tengo por primera vez, me piden una contribución, digamos millonaria, que no me pertenece ni pertenece a un sector privado, sino que pertenece a todos los madrileños, sin excepción de ideologías ni de condición social, yo creo que usted debe estar de acuerdo conmigo en que es básico que sepa en qué se va a utilizar ese dinero. No es para hacer intervencionismo, ni es para coartar, por

ejemplo, la libertad de organización de conferencias. Respecto a esas conferencias, desde mi punto de vista y el de mi equipo, que tiene opinión -y creo que no es negativo que en un medio de comunicación tan importante como Telemadrid se tenga opinión sobre las cosas; podrán ser discutibles y podrán ser incluso hasta rechazadas-, no creo que se deba criticar el hecho de que la Dirección General, que tiene que administrar dinero público de todos los madrileños tenga opinión sobre el contenido de unas conferencias tituladas "Intelectuales y escritores con Europa al fondo". Yo me he ocupado, mucho antes de que España perteneciera a la Comunidad Económica Europea, de promover la idea de Europa en España; he pertenecido desde su creación, y creo que sigo perteneciendo porque no creo que mi amigo Miguel Ángel Aguilar me haya dado de baja, a la Asociación de Periodistas Europeos, cuando España no pertenecía a la Comunidad Económica Europea; por tanto, soy especialmente sensible al tema europeo, y nada me puede gustar más que dedicarme a ser un medio de comunicación de la idea de Europa, pero no era eso lo que se me presentaba. Lo que se me presentaba era un hecho consumado de ponentes, de periodistas y de escritores, todos ellos extraordinariamente respetables, pero no lo suficientemente pluralista para la Dirección de Telemadrid, y lo que hice fue pedir que se pudieran aceptar algunas sugerencias sin tocar absolutamente para nada lo que ya existía, pero que se incluyera otra visión de Europa, porque, como usted sabe muy bien, Europa se puede construir de muchas maneras. Afortunadamente, ya... En fin, me callo; mejor me callo, pero tengo opinión sobre ello. Se puede construir de muchas maneras, y yo creo que es deseable que en una fiesta, en la Feria del Libro, lo que se destaque no sean solamente determinados intereses o determinadas visiones políticas de Europa, sino que sea lo más plural en los intereses y lo más plural en las ideas.

La Sra. **PRESIDENTA**: Señor Director

General, le ruego vaya terminando.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DEL ENTE PÚBLICO RADIOTELEVISIÓN MADRID** (Soriano Navarro): Termino, señora Presidenta, compartiendo con el señor Marín que la televisión de calidad no tiene por qué ser aburrida; en eso estamos, y encierra lo que es el objetivo de esta comparecencia. No hay ninguna contradicción, absolutamente ninguna con lo que ha planteado el Diputado David Pérez; no le he enmendado la plana. Con la ley vigente, desgraciadamente, las televisiones públicas han descendido por un plano inclinado que no nos gusta a nadie. No le vamos a echar la culpa a éste o aquel gestor, y no le vamos a echar la culpa a éste o aquel partido, pero yo creo que sí ha llegado el momento de decir que, independientemente de la legislación, de los dictámenes de sabios y expertos, nos tenemos que poner manos a la obra. Yo creo que el modelo, dentro del margen que me da la ley, y que ya está predefinido, que se está impulsando desde la nueva dirección tiene mucho que ver con esa idea de una televisión de calidad, que no tiene por qué ser aburrida, y una televisión plural que, por supuesto, rechaza la manipulación informativa. Nada más, y muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias. A continuación, pasamos al siguiente punto del orden del día.

———— RUEGOS Y PREGUNTAS ————

¿Hay algún ruego o pregunta? (*Denegaciones.*) No habiendo ruegos ni preguntas, se levanta la sesión.

(*Eran las doce horas y cincuenta y un minutos.*)



SECRETARÍA GENERAL
DIRECCIÓN DE GESTIÓN PARLAMENTARIA
SERVICIO DE PUBLICACIONES

Web: www.asambleamadrid.es

Plaza de la Asamblea de Madrid, 1 - 28018-MADRID Teléfono 91.779.95.00 - Fax 91.779.95.08

TARIFAS VIGENTES

B.O.A.M. Suscripción anual:	54,09 € .	Número suelto:	0,84 € .
D.S.A.M. Suscripción anual:	78,13 € .	Número suelto:	0,84 € .
CD-ROM Suscripción anual	12,00 € .	CD-ROM semestral	6,00 € .
SUSCRIPCIÓN ANUAL CONJUNTA B.O.A.M. - D.S.A.M.	112,39 € .		
SUSCRIPCIÓN ANUAL CONJUNTA B.O.A.M. - D.S.A.M. EN CD-ROM	16,00 € .		
- IVA incluido -			

FORMA DE PAGO

El abono de las tarifas se realizará mediante:

- Talón nominativo a nombre de la Asamblea de Madrid.
- Giro postal.
- Transferencia bancaria a la cuenta núm. 2038 0603 28 6006392382, de Caja Madrid, Pza. Celenque, 2.

SUSCRIPCIONES (CONDICIONES GENERALES)

1. La suscripción será anual. El período de suscripciones finalizará el 31 de diciembre de cada año. Las altas que se produzcan durante el año, a efectos de cobro se contarán desde la primera semana de cada trimestre natural, sea cual fuere la fecha de suscripción dentro del trimestre.
2. El envío de los Boletines comenzará una vez se hayan recibido el importe correspondiente y la tarjeta de suscripción debidamente cumplimentada.
3. El suscriptor que no renovase la suscripción antes del 31 de diciembre será dado de baja.
4. La Administración del Boletín podrá modificar en cualquier momento el precio de la suscripción. El incremento o disminución comenzará a aplicarse a los abonados dados de alta a partir de la siguiente renovación de la suscripción.

C - - - - -

TARJETA DE SUSCRIPCIÓN O RENOVACIÓN:

Nombre o razón social:	CIF/NIF:
Domicilio:	Núm.:
Distrito Postal:	Localidad:
Teléfono:	Fax:

DESEO SUSCRIBIRME AL 9 B.O.A.M. 9 D.S.A.M. 9 Conjunta B.O.A.M. y D.S.A.M.

De acuerdo con las condiciones establecidas a partir de y hasta el 31 de diciembre de 2004,
a cuyo efecto les remito la cantidad de Euros.

Mediante: 9 Giro postal 9 Talón nominativo 9 Transferencia bancaria a la c/c citada.

En, a de de 2004.