



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

Número 636

2 de marzo de 2006

VII Legislatura

COMISIÓN DE CONTROL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID

PRESIDENCIA

Ilmo. Sr. D. Pablo Abejas Juárez

Sesión celebrada el jueves 2 de marzo de 2006

ORDEN DEL DÍA

1.- C-496/05 RGEF. 8076 (VII). Comparecencia del Ilmo. Sr. Director General del Ente Público Radio Televisión Madrid, a petición del Grupo Parlamentario Socialista, al objeto de informar sobre audiencia de la cadena a lo largo de su mandato.

2.- C-545/05 RGEF. 8555 (VII). Comparecencia del Ilmo. Sr. Director General del Ente Público Radio Televisión Madrid, a petición del Grupo Parlamentario de Izquierda Unida, al objeto de informar sobre razones de la supresión del programa "Tele No Noticias" -TNN- e implicaciones económicas y de programación.

3.- Ruegos y preguntas.

SUMARIO

-Se abre la sesión a las 11 horas y 25 minutos.

Página 18743

— **Modificación del Orden del Día:** no tramitación del punto segundo, C-545/05 RGEP. 8555, por inasistencia del compareciente.

Página 18756

— **C-496/05 RGEP. 8076 (VII). Comparecencia del Ilmo. Sr. Director General del Ente Público Radio Televisión Madrid, a petición del Grupo Parlamentario Socialista, al objeto de informar sobre audiencia de la cadena a lo largo de su mandato.**

Página 18743

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

Página 18743

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

Página 18743-18748

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

Página 18748-18754

-Interviene el Sr. Director General, dando respuesta a los señores portavoces.

Página 18754-18756

— **Ruegos y Preguntas.**

Página 18756

-Interviene el Sr. Cepeda García solicitando el material multimedia presentado por el Sr. Compareciente.

Página 18756-18757

-Se levanta la sesión a las 12 horas y 45 minutos.

Página 18757

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

El Sr. **PRESIDENTE**: Buenos días. Vamos a comenzar la sesión de la Comisión de Control del Ente Público Radio Televisión Madrid con el punto primero del orden del día.

Comparecencia del Ilmo. Sr. Director General del Ente Público Radio Televisión Madrid, a petición del Grupo Parlamentario Socialista, al objeto de informar sobre audiencia de la cadena a lo largo de su mandato.

————— **C-496/05 RGEP. 8076 (VII)** —————

Para introducir la iniciativa, tiene la palabra el portavoz del Grupo Parlamentario Socialista, señor Cepeda.

El Sr. **CEPEDA GARCÍA**: Muchas gracias, señor Presidente. Buenos días, señor Director General. Buenos días, Señorías. Efectivamente, el Grupo Parlamentario Socialista ha solicitado la comparecencia del Director General de Telemadrid para que nos dé cuenta del nivel de audiencia y el ritmo de la cadena en estos últimos tiempos. Es verdad que nuestro Grupo siempre ha querido hablar de audiencias desde un punto de vista relativo porque nos importa mucho la calidad de los programas audiovisuales que se emitan, pero, señor Soriano, hay un hecho flagrante, de ahí nuestra preocupación y que hayamos solicitado su comparecencia, y es que Telemadrid está batiendo récords; Telemadrid está batiendo el récord de menor audiencia de toda su historia. Entendemos que eso es responsabilidad directa de usted, y por eso nos gustaría saber cuáles son las causas por las que usted entiende que la cadena está batiendo este lamentable e histórico récord.

El Sr. **PRESIDENTE**: Gracias, señor Cepeda. Tiene la palabra el señor Director General por un tiempo máximo de quince minutos.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID** (Soriano

Navarro): Muchas gracias, señor Presidente. Muy buenos días, señores Diputados. Señor Cepeda, en primer lugar, voy a empezar directamente con lo que ha dicho. No es verdad que batimos el récord de menor audiencia de la historia de Telemadrid; la ha tenido más baja coincidiendo con la salida de las televisiones privadas en 1991.

En segundo lugar, yo creo que esta comparecencia se basa en una mentira más del señor Simancas al afirmar muy recientemente que Telemadrid ha perdido cinco puntos de audiencia desde que gobierna doña Esperanza Aguirre, en unas declaraciones recientes publicadas en el diario "El Mundo". Eso es falso, y se puede comprobar. No es verdad que Telemadrid haya perdido cinco puntos de audiencia, y voy a tratar de demostrárselo con esta película que he traído hoy. Me temo que esa mentira pueda ser el hilo conductor de la intervención del señor Cepeda, pero la culpa de esa tergiversación no es ni del señor Simancas ni del señor Cepeda, lo sé perfectamente; la culpa de esa tergiversación es de un Consejero del Consejo de Administración de Radiotelevisión Española que, para tapar la gravísima crisis que atraviesa Televisión Española, intenta desprestigiar y atacar a Telemadrid.

Sin más, le voy a hacer una exposición de lo que es la realidad. Usted me preguntaba por todo el mandato, no por los últimos datos, aunque voy a terminar también facilitando los últimos datos, no tengo inconveniente.

Al inicio del mandato de la nueva dirección, en diciembre del 2003, la cadena estaba en un 15,6 del "share", es decir, de la cuota del mercado. En el año 2004, en el que se implanta un nuevo modelo de programación en Telemadrid en aras de tener una televisión de mayor calidad, que coincide con esos planteamientos que usted enunciaba anteriormente, se cierra con un 14,9 por ciento de la cuota del mercado. En el año 2005, en el que el Gobierno de España diseña un nuevo escenario televisivo con la aparición de nuevos operadores, cosa que se puede analizar en otra comparecencia porque realmente tiene importancia, se cierra con un 14,4 por ciento del "share".

Es muy importante tener en cuenta que la medición de la audiencia, igual que se hace con las cotizaciones en Bolsa, hay que hacerla en el momento de la cotización, el día que se hace el

relevo, y no con medidas anteriores; pero incluso si se hace con medidas anteriores, los datos que dan ustedes tampoco se corresponden con la realidad.

Mire, éste es el gráfico de noviembre del 2003, que es el último registro de la anterior dirección presentaba, y el "share" estaba en un 15,6 por ciento, que es donde estaba la cadena en ese momento, que es donde estaba la cotización, como le digo, de la cadena, como si fuera la cotización en Bolsa; eso es lo que vale la cadena en la cuota de mercado: el 15,6. En el año 2004, con el nuevo modelo de televisión, más exigente en cuanto a los contenidos, de más calidad y de mayor servicio público el "share" de la cadena estaba en el 14,9, es decir, un 0,6 por ciento menos, y en el año 2005, en el 14,4 por ciento. Estos son datos absolutamente objetivos. Desde el comienzo del mandato de esta Dirección General hasta el año 2005 incluido hay una pérdida de un punto y dos décimas de la cuota de mercado, y luego le explicaré por qué. Es decir, se han tomado una serie de medidas estratégicas para hacer otro tipo de televisión, potenciando unos contenidos que tienen menos rendimientos de audiencia, y eso se ha hecho de manera deliberada.

Me gustaría que los señores Diputados también reflexionaran sobre cómo se mide esto; parece que cuando se invoca al "share" éste es el bálsamo de fierabrás y la gente no sabe de dónde sale el "share" ni que es el "share" o qué es el "rating", que son las dos modalidades con las que se miden las audiencias y los rendimientos.

La muestra de Sofres en la Comunidad de Madrid no es proporcional, y ahí lo pueden ver ustedes; no es proporcional porque en una muestra equilibrada a Madrid le tenían que corresponder 427 hogares, cuando en realidad le corresponden 335, y 1.212 individuos cuando le corresponden 991. Es decir, en la columna que pone hogares, que son los hogares controlados por un audímetro, hay 355 de los 3.305 que hay en toda España. Pues bien, le debían corresponder 427 hogares; por tanto, hay un cierto sesgo. Esto se lo digo para que sepamos de dónde salen los datos. De los casi 2 millones de hogares que hay en Telemadrid, controlados por audímetros, le corresponden, como digo, 355, lo que supone un 0,017 por ciento del total de hogares, y que actúa sobre 991 individuos, es decir, se controla el 0,017 de una población de casi 6 millones de

habitantes. Lo que quieren decir esos datos es que un individuo con un audímetro representa a 5.600 madrileños o, lo que es lo mismo, que un matrimonio con dos hijos mayores de 4 años, que son los que manejan los audímetros, porque hay que manejarlos, porque no funcionan automáticamente, representa una audiencia de -un matrimonio, ¡eh!, uno- nada más y nada menos que 21.400 espectadores. Eso significa que cuando hay poco consumo a determinadas horas, si no se conecta un audímetro, el bajón del registro es inmenso.

Con todos los respetos, naturalmente, a la medición de Sofres, pero, para que relativicemos, no Telemadrid, que somos muy respetuosos con la muestra de Sofres, pero sí quiero decir aquí que la corporación catalana de Radio Televisión TV3 y la televisión valenciana han presentado quejas formales sobre el procedimiento que se utiliza para medir la audiencia, incluso algunas asociaciones de usuarios también lo han hecho; por tanto, nosotros somos muy respetuosos con Sofres, pero artículos como éste que publicaba el diario "El País" el 12 de febrero es verdaderamente significativo de la cierta desconfianza que está suscitando el sistema de medición de audiencias en televisión.

Decía Juan Cueto: "De todas las máquinas que nos rodean, el audímetro es la más arcaica, inexacta y poderosa. También es la que plantea más problemas filosóficos, porque lo suyo es pura metafísica." Esto lo dice Juan Cueto en el diario "El País". Juan Cueto, como saben ustedes, es un gran experto en televisión y trabaja en un grupo de comunicación que ha empezado a impulsar un nuevo canal analógico.

Éstos son los datos objetivos, señor Cepeda. En el 2005 Telemadrid registró el 14,4 de cuota media de mercado, es decir, medio punto de "share" menos que en el 2004, que fue del 14,9. Estos son datos reales, no se pueden inventar luego otra cosa. La audiencia de Telemadrid venía evolucionando con bastante estabilidad en torno al 15 por ciento de "share", es decir, 6 décimas menos que el último registro de la anterior Dirección General. En el 2005 Telemadrid venía a frenar una tendencia a la baja de la audiencia que se remonta al año 2001; es decir, estos fenómenos de la televisión no se producen de un día para otro, desde el año 2001 venía una bajada continua de la

audiencia, que no es el momento ahora mismo de analizar, pero que también tiene algunas explicaciones, y se estabiliza en torno al 15 por ciento. Mire, señor Cepeda, el gráfico muestra la evolución del 2005 -nuestra tele es la línea azul del medio-, y vemos cómo tiene un comportamiento de estabilidad hasta el mes de noviembre que aparece Cuatro, y el mes de diciembre, y es prácticamente la misma proporción de descenso con la subida de Cuatro, que es la línea que da continuidad a Canal+. Es así, la aparición de Cuatro en noviembre, el fuerte crecimiento, por otra parte, de las televisiones temáticas y también la dura competencia de Antena 3 y Tele 5 que están cotizando en el mercado, han sido factores externos que han influido de una manera muy decisiva en esa pérdida de medio punto en el año.

Por otra parte, no es una cuestión solamente de números, sino que es una cuestión de contenidos, y nosotros hemos persistido en una nueva estrategia de programación consistente en renunciar a programas comerciales, a fortalecer los informativos y a profundizar en el carácter de servicio público de televisión. Por tanto, esto ciertamente tiene un rendimiento de audiencia menor, pero, por otra parte, se gana en rentabilidad social por los servicios que se prestan y, al mismo tiempo, hay un reconocimiento como una televisión de referencia.

En este cuadro que le muestro, que es muy gráfico, se ve perfectamente que ninguna cadena convencional como Telemadrid gana cuota de mercado en su media anual, ninguna. Sólo crecen las televisiones de pago, que crecen 2,4 puntos; sólo éstas. Las cadenas privadas, Tele 5 y Antena 3, mantienen los mismos resultados que el año anterior y los resultados de las televisiones públicas son los siguientes: TVE pierde 1,2 puntos, La 2 pierde 1 punto, y Telemadrid pierde 0,5 puntos.

En este cuadro se ve que la penetración de las televisiones no convencionales en Madrid es mayor que en España, lo cual significa que el mercado de Madrid es un mercado más estrecho a la hora de competir. La diferencia es del orden del 2,4 por ciento. Éste es un fenómeno urbano, es un fenómeno que no se da en otras Comunidades Autónomas ni en el conjunto de España. En Madrid, el crecimiento de 2,4 puntos que hemos visto antes de las televisiones temáticas y las demás

televisiones no convencionales tiene una mayor penetración que en el resto de España.

Este cuadro creo que también es muy revelador, porque hablamos de "share". Hay dos maneras de medir los rendimientos de las televisiones: una es el "share", que es la cuota del mercado, es decir, la parte de tarta que le corresponde a cada televisión; la otra manera de medir es el "rating", que es en número de individuos que ven la televisión. El "rating" es el procedimiento más utilizado en los países anglosajones, por ejemplo, pero muchas veces hablamos del "share", de las diferencias, y realmente no son tantas.

La primera opción en Madrid es Tele 5. En 2004 tuvo 191.000 espectadores de media, 191.000, y pasó a 186.000, es decir, perdió 5.000 espectadores. Nosotros, que somos la cuarta opción, tuvimos, en 2004, 122.000 espectadores y pasamos a 115.000; es decir, la diferencia de la que estamos hablando es de 71.000 espectadores. (*Un señor Diputado pronuncia palabras que no se perciben.*) No, no. Entre la primera opción, Tele 5, y la cuarta, Telemadrid, la diferencia en número de espectadores es de 71.000. Naturalmente, luego veremos que no es lo mismo un tipo de programación que otro, y yo creo que usted coincidirá conmigo en que para conseguir 71.000 espectadores más no he de programar ni "Salsa rosa" ni "Gran hermano", que es con lo que se consiguen esos 71.000 espectadores más. Pero la diferencia entre un año y otro, lo que Telemadrid ha perdido en términos de espectadores ha sido de 7.000, como se ve en este cuadro, frente a los 14.000 de TVE o los 9.000 de La 2. Como vemos, en el total de España las pérdidas de TVE, con La 2 incluida, son mayores.

Éste es el "ranking" de las cadenas. ¿Qué lugar ocupamos nosotros? Ocupamos el cuarto lugar, que es la media de las nueve cadenas registradas. La primera es Tele 5 y la última es la Cuatro por número de espectadores. Repito: nosotros ocupamos el cuarto lugar, que es la media de las cadenas de FORTA, excepto Cataluña, el País Vasco y Andalucía. En Cataluña TV3 ocupa el tercer lugar, en el País Vasco ETB ocupa el tercer lugar, y Canal Sur es la segunda opción en Andalucía. No se les escapa a ustedes el fuerte componente de hechos diferenciales, que es decisivo en un medio de comunicación es decisivo

tanto en Cataluña como en el País Vasco, incluso también en Canal Sur. Es decir, el factor, por una parte, nacionalista, idiomático y cultural, y, por otra, en el caso de Canal Sur, la estabilidad gubernamental y la existencia de un perfil muy determinado del Gobierno que se expresa muy claramente en Canal Sur.

Acumulando los reboses y la emisión en otras plataformas, Telemadrid es la tercera televisión autonómica, después de TV3 y de Canal Sur, pero les significo que hay un rebose importante en Castilla-La Mancha, del 4 por ciento del "share" y del 0,6 por ciento en el resto, lo cual da una suma del 19 por ciento. Esto por la vía convencional, ya que no contamos el SAT, que creo que erróneamente todavía no se mide, porque cada vez hay más plataformas a través de las cuales se puede sintonizar con Telemadrid.

Aquí tienen ustedes las comparaciones de las que hablaba antes, las comparaciones de la curva del 2004 y del 2005. Pueden observar que hay un mismo valle de inflexión, pero el del 2005 incluso es menor que el del 2004, lo que indica que la audiencia de Telemadrid mantiene cierta estabilidad, incluso estabilidad al alza en el año 2005. Éstos son los datos hasta la irrupción de Cuatro en el mes de noviembre y en diciembre aparecen los registros y vemos que se desequilibra la tendencia que se venía manteniendo, igual que en 2004, incluso un poquito al alza. Éstos son datos reales que se pueden comprobar.

Mire, aquí también se pone de relieve cómo la aparición de Cuatro y la penetración de la TDT en Madrid es bastante más alta que en el resto de España; concretamente, fijese, en la TDT es el doble, y Cuatro tiene mejores registros en Madrid que en el resto de España. Aquí vemos cómo Canal +, que estaba en el 1,9 por ciento, se convierte en el 5,1 con la aportación de Cuatro. En el mes de diciembre de 2005 todas las cadenas, salvo Antena 3, caen con relación al mes anterior y al mismo mes de 2004, y Cuatro pasa del 5,1 al 6,2. Pero la incidencia del nuevo panorama televisivo en las cadenas autonómicas ha dado unos resultados de tendencia a la baja de todos ellos; es decir, en el mes de diciembre de 2005, según las tendencias de audiencia que hay en dicho mes, Canal Sur, ETB, TVG y Canal 9 han tenido pérdidas iguales o muy superiores a las que tuvo Telemadrid, del 14,7 al 13

por ciento, fue un 11,6 de la audiencia, mientras Canal Sur tiene un 11,9, TV3 tiene un 9,6, Canal 9 tiene un 11,5, la televisión gallega tiene un 12,1; es decir, todas las televisiones autonómicas tienen cierta tendencia a la baja en los últimos registros.

A la hora de hablar de audiencia hay que ser riguroso y saber de dónde salen los resultados finales del "share". El resultado final del "share" fundamentalmente sale del "prime time", que va desde las 10 a las 12,30, la franja que acumula la mayor audiencia del día, y vemos cómo las cadenas privadas tienen un perfil de un "prime time" de mayor acumulación de audiencia que en el llamado "day time", mientras las televisiones públicas como, por ejemplo, Televisión Española, que tiene un perfil muy parecido -siendo televisión pública tiene un perfil muy comercial y, por tanto, más parecido a este tipo de televisión-, al entrar en esa competencia y éstos ser más poderosos, van descendiendo.

Claramente, Telemadrid tiene un perfil donde en el "prime time" es más débil, no puede competir con unos "prime time" tan fuertes como los de las televisiones privadas; fijense, es un perfil parecido al de La 2 o al de las temáticas, es decir, es un tipo de televisión distinto.

Aquí figura la aportación en puntos del "prime time" a la media del total de día, y Telemadrid aporta, como pueden comprobar, un 3,3, mientras Tele 5 aporta un 6,7 y Antena 3 un 5,3; en cambio, Televisión Española, siendo televisión pública, tiene un perfil, un tipo de programación tan comercial como la de Antena 3 o Tele 5. Éste es el porcentaje de aportación del "prime time" al total del "share", que viene a confirmar la tesis que anteriormente comentaba, es decir, el peso que tiene Tele 5, Antena 3 y el Canal Cuatro es claramente diferenciador con respecto a la programación más comercial en el "prime time", que son las franjas horarias que más aportan al "share" general de las cadenas. Pero no hablemos solamente de números...

El Sr. **PRESIDENTE**: Señor Soriano, por favor, vaya resumiendo.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID** (Soriano Navarro): Sí, señor Presidente, voy resumiendo. Más

allá de cumplir con el trámite de contestar sobre las audiencias, me parece interesante hablar del estudio resumen realizado por los servicios de Telemadrid.

El Sr. **PRESIDENTE**: Señor Soriano, lo sé; le estoy dando juego.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID** (Soriano Navarro): Quiero justificar -nunca lo hago- que merece la pena conocer de dónde salen los números, de qué tipo de televisión estamos hablando.

El Sr. **PRESIDENTE**: Estoy convencido de que los portavoces están de acuerdo en ello, pero su intervención se está excediendo en el tiempo. Es una pequeña indicación.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID** (Soriano Navarro): Muy bien. Como decía, no solamente se trata de dar cifras. Hemos hablado de que el "prime time" es la franja horaria que más aporta al "share" de la cadena, que se esgrime como la verdad revelada, y aquí, en este cuadro, podemos ver el tipo de televisión que se emite en esas horas: "Mira quién baila", "Motivos personales", "Aquí no hay quien viva", "Gran hermano", "El comisario", "Salsa rosa", etcétera. Resumiendo, son programas -en el "latenight" ocurre lo mismo- muy caros, como el caso de "Mira quién baila", con un presupuesto que oscila entre 70 y 80 millones de pesetas por programa, o son programas que no debemos emitir, como "Salsa rosa", por ejemplo. Ése es el perfil de las televisiones de éxito, que más audiencia tienen. Ésta es la realidad. No censuro ese tipo de programación, lo que digo es que no tengo el mandato ni del Gobierno ni de esta Comisión para hacer ese tipo de "prime time", que es el que tiene mayor éxito.

Por tanto, nosotros defendemos un modelo de televisión público, y, aunque otras televisiones acuden a unos planteamientos muy comerciales para obtener altas audiencias, la lista de cadenas con programas fracasados en este 2005 ha sido inmensa, como pueden ustedes comprobar: Antena 3, Tele 5, Televisión Española, La 2 y el Canal

Cuatro. La lista es grande, pero no la cito para no extenderme.

En el nuevo escenario que empieza a dibujarse y que se va a ver ampliado en el 2006, nosotros vamos a defender un tipo de televisión pública, y yo creo que en eso ustedes nos tienen que ayudar. Naturalmente que la audiencia nos interesa, pero sobre todo nos deben interesar más los contenidos. En la idea de servicio público, nosotros entendemos que la estrategia que estamos impulsando desde hace dos años, con una televisión que tiene un enfoque más propio de servicio público, es la adecuada. Por poner un ejemplo, si el objetivo fuera adquirir audiencia solamente, no hubiéramos quitado "Shin Chan"; "Shin Chan" está dando unos rendimientos a Antena 3 ahora mismo del cuarenta y tantos por ciento, y ustedes, en esta misma Comisión en anteriores legislaturas, pidieron que se eliminara de la parrilla. Ninguna voz se haya alzado para que se tenga en consideración que no se programen unos dibujos que parecen inadecuados para las franjas infantiles. Nosotros lo hemos hecho; hemos hecho lo que debemos hacer, y, naturalmente, eso tiene un coste de audiencia.

De la misma manera, una televisión de servicio público ha de mirar por el coste de los programas. Por eso les decía antes que nosotros no tenemos posibilidad de programar series como "Aquí no hay quién viva" o "Los Serrano" porque son muy caras -cien millones el capítulo-, o "Mira quién baila", que también mencioné antes. Por tanto, nosotros también nos hemos planteado como objetivo, además de la calidad en la programación, que el coste para el contribuyente sea el menor posible, pero eso, naturalmente, tiene sus consecuencias.

La proyección que vemos en la pantalla expresa claramente cuál es ese modelo de televisión pública que estamos impulsando, en el que los informativos tienen un peso infinitamente mayor incluso que las televisiones nacionales. Lo pueden ver por colores: en Telemadrid tienen un mayor peso los informativos, y los magazines de contenidos intrascendentes tienen un peso muchísimo menor que el que tienen en las televisiones nacionales, con las que se nos suele comparar; pero claro, sería comparar melones con manzanas, que no tiene nada que ver. Nuestra gran apuesta son los informativos, y desde el año 2004 el incremento ha sido del 0,2 por ciento; es decir, diariamente ven los programas

informativos, incluyendo "El Círculo" y "Alto y Claro", más de 700.000 personas.

Ya termino, señor Presidente, aunque me gustaría seguir hablando, pero comprendo que todo tiene un límite. Éste es el perfil de la televisión que estamos haciendo, y ustedes me dirán si hay que cambiarlo, y me dirán: no, en vez de informativos, amplíe los magazines, que tienen un 3,6 por ciento, porque eso nos daría más audiencia. Es decir, con más de un 50 por ciento entre informativos, cine, programas infantiles y divulgativos -creo que es un 53 por ciento-, creemos que éste es un diseño de televisión pública propio, que tiene unos rendimientos de audiencia, y que el resultado final sea haber perdido medio punto -0,5 décimas- en el año 2005 con este esquema de televisión, que representa 7.000 espectadores, y a un coste de un euro por habitante y año, no me parece mal resultado. Nada más, y muchas gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: Un momento, señor Soriano. Si los Grupos no tienen ningún inconveniente, podemos darle un tiempo extra al señor Soriano por si tiene interés en mostrar alguna proyección más. ¿Están SS.SS. de acuerdo? (*Asentimiento.*) Gracias. Puede continuar, señor Soriano.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID** (Soriano Navarro): Gracias, señor Presidente. Simplemente quería decir que este modelo de televisión se tiene que enfrentar a un nuevo panorama, que lo tenemos ahí, que es el posicionamiento de la Cuatro; el inicio de las emisiones de la Sexta, el Mundial de Fútbol, que va a tener una enorme incidencia en televisión; el incremento del consumo de la TDT; el incremento del consumo de la televisión de pago; las nuevas televisiones locales; la pugna bursátil que tienen Antena 3 y Tele 5, y la crisis de Televisión Española. En ese contexto es en el que nos tenemos que mover, y nosotros creemos que nuestra orientación es la correcta.

Para terminar, quiero decir muy brevemente que hemos hablado del año completo, pero hoy, por ejemplo, aparecen noticias de cómo se ha cerrado el último mes y podemos ver la evolución de Telemadrid, que terminó en el mes de noviembre con

un 13,3. La pérdida de medio punto de la que hemos hablado antes es en el año completo, y ahora podemos hacer el análisis mes a mes: en el mes de noviembre tuvo un 13,3; en diciembre tuvo un 13, por tanto, quedó más o menos estable pese a esa incidencia, que habíamos dicho que fue por la salida de Cuatro en noviembre y la persistencia de este hecho en diciembre; subió casi un punto en enero, que tuvo un 13,8, y en febrero ha descendido a 13,1. Es decir, hay estabilidad, pasa del 13,3, con el nuevo escenario de Cuatro y el incremento de las temáticas, al 13,1. En fin, no es por hacer comparaciones inadecuadas, nos parece que sí son adecuadas. Por ejemplo, Televisión Española como televisión pública en Madrid, pasa del 21 al 20,1 por ciento, es decir, pierde casi un punto, mientras Telemadrid ha perdido dos décimas en ese nuevo escenario. En el ámbito de España incluso la pérdida de Televisión Española es mayor: del 20 al 19, es decir, un punto. La competencia siempre es dura.

Termino ya diciendo que creo que he facilitado una serie de datos que reflejan la realidad, que creo que deben poner coto al hecho de repetir cifras que no tienen ningún fundamento, como no lo tiene decir que Telemadrid ha perdido cinco puntos desde que gobierna Esperanza Aguirre; eso es falso, es mentira y creo que se lo he demostrado. Nada más y muchas gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señor Soriano. Creo que su exposición ha sido interesante y hemos sido generosos, con mucho, en el tiempo, aprovechando que los Grupos Parlamentarios no han manifestado ninguna oposición al respecto. Empezamos el turno de los Grupos Parlamentarios, en el que sí que tendremos un poquito más de disciplina con los tiempos. En primer lugar, tiene la palabra, por un tiempo máximo de diez minutos, el señor Cepeda.

El Sr. **CEPEDA GARCÍA**: Muchas gracias, señor Presidente. Hemos sido flexibles y laxos con el tiempo que ha utilizado el señor Soriano, pero espero que el Presidente también sea flexible con los tiempos que utilicemos ahora los Grupos Parlamentarios.

Señor Soriano, le agradezco el trabajo y la aportación que ha hecho aquí con los multimedia en esta Comisión de Control, pero la verdad es que, según íbamos viendo algunos gráficos -aunque usted no lo citaba verbalmente-, se veía perfectamente que los datos que nosotros hemos ido aportando a lo largo de estos últimos meses son reales, es una evidencia. Desde luego, en términos de audiencia, Telemadrid está haciendo aguas; lo que pasa es que usted ha argumentado una serie de cuestiones para la no justificación de que efectivamente esa audiencia es así. Y el señor Simancas en sus afirmaciones tiene razón, es más, se quedó corto: desde que el Partido Popular gobierna en la Comunidad de Madrid no es que la audiencia haya bajado 5 puntos, ha bajado exactamente 5,6 puntos. Sí, sí, se lo puedo demostrar, y, si quiere datos, se los doy ahora mismo. Mire: en el año 1995 había 20 puntos de "share"; en el año 1996, 19; en el año 1997, 20,3; en el año 1998, 20,6; en el año 1999, 20; en el año 2000, 19,7; en el año 2001, 17,8; en el año 2002, 17,2; en el año 2003, 17,1; en el año 2004, 14,9, y en el año 2005, 14,4. Ésa es la realidad de Telemadrid, señor Soriano, y, ¡claro!, usted echa balones fuera y dice: "yo solamente me hago responsable de mi gestión", pero es que yo estoy aquí en representación del Partido Socialista y, evidentemente, hago una mención a lo que es la responsabilidad desde que el Partido Popular gobierna esta Comunidad Autónoma desde 1995, y a cómo ha tratado, en este caso, maltratado, a la televisión pública de todos los madrileños. (*Rumores en los bancos del Grupo Parlamentario Popular.*)

Yo creo que hace falta tener algo de memoria histórica, porque todavía recuerdo las intervenciones del señor Beteta en el año 1994, cuando hablaba de Telemadrid, de la forma que hablaba y decía que era lo más ácido, lo peor del mundo mundial, y resulta que en aquella época estábamos hablando de un 17,8 y de un 20 por ciento de "share". Bien, a fecha de hoy estamos en un 14,4. Ésa es la realidad de Telemadrid. Por lo tanto, no solamente ha bajado 5 puntos, sino que ha bajado exactamente 5,6 puntos desde el año 1995. Sin lugar a dudas, es uno de los peores datos de su historia.

Venir aquí a hablar, en este caso, justificándose en que esos datos y el nuevo modelo audiovisual con la entrada de más cadenas tienen la

culpa de la baja audiencia, permítame que le diga que me he quedado bastante alucinado cuando usted ha hablado de los nuevos modelos de medición o de los modos de medir las audiencias. Es decir, ahora la culpa ya no solamente la tienen otras cadenas de televisión, sino que la culpa de que Telemadrid vaya tan mal con su audiencia la tiene el empedrado directamente; el empedrado de cómo nos miden. Y posiblemente, cuando hablamos de encuestas, hablando en términos de proyección electoral, también tendríamos que ver que a lo mejor uno de los encuestados representa a 5.600 madrileños o a 10.000 madrileños, y, dependiendo de lo que digan las encuestas, las tratamos mejor o peor, pero, mire usted, el sistema de medición es el que es y sirve para todas las cadenas, tanto para Telemadrid como para el resto. Por tanto, si los datos son malos para Telemadrid, estoy seguro de que también podrían ser malos para el resto, cuando no es así.

Por tanto, vertebrar toda su argumentación en torno a la aparición de nuevas cadenas de televisión, y, por cierto, le tengo que decir que le veo a usted muy obsesionado con Cuatro; está única y exclusivamente hablando de esa cadena de televisión; y cuando no hablan de "Cuatro" hablan de Televisión Española, porque de lo que se trata aquí es de no hablar jamás de Telemadrid, pues entonces hablamos de otras cadenas de televisión, pero a mí con quien sí me gustaría compararme -y ahora lo citaré en mi intervención- es con otras cadenas públicas autonómicas, ya que representan el mismo modelo, aproximado, con el que Telemadrid se tiene que mover en el mercado; y en esa comparación los datos son también espeluznantes. Fíjese usted, en datos de audiencia respecto a otras cadenas, en el mes de febrero, este mes reciente que acabamos de pasar, vamos directamente detrás de Canal Sur, que tiene 19,8 por ciento de "share"; de TV3, que tiene un 19,6 por ciento; de TVG, que tiene un 16 por ciento, incluso Canal 9, que tiene un 14,9 por ciento, porque nosotros estamos en un 13,1 por ciento. Está usted hablando de datos del mes de febrero.

Es curioso como ustedes argumentan, una y otra vez, que Telemadrid en términos ideológicos tiene que ser la defensa del bastión de España, y resulta que, cuando hablamos de los datos de audiencia, sí que hablan de pluralidad, incluso de hechos diferenciales, de cómo influye el nacionalismo y las diferencias idiomáticas en

potenciar las audiencias de esas televisiones autonómicas; o sea, que según les va la vaina, para unas cosas sí hay hechos diferenciales y para otras no los hay. Parece que cuando se trata de hablar de por qué Telemadrid tiene tan malos resultados respecto a otras televisiones autonómicas; hay notables diferencias culturales e idiomáticas.

Mire usted, en el año 2005, hablando del año pasado, Telemadrid estuvo también en la cola de las televisiones autonómicas, usted se está comparando permanentemente con televisiones de ámbito nacional, y cuando habla de cual es la posición de Telemadrid en el "ranking" nacional nos habla, no de Telemadrid, sino de la FORTA, y yo le estoy hablando de lo que es la FORTA, de lo que son realmente las audiencias territoriales, es decir, las audiencias de las televisiones autonómicas, que es con quienes nos tenemos que comparar, con otras televisiones autonómicas, repito. En el año 2005, Canal Sur tuvo un 20,2 por ciento de "share"; TV3 tuvo un 19,6 por ciento; ETB2 un 18,4 por ciento; TVG tuvo un 17,2 por ciento; Canal 9 tuvo un 16,3 por ciento. ¿Y Telemadrid? Pues Telemadrid, una vez más, un 14,4 por ciento.

Insisto: aunque la mona se vista de seda, mona se queda. Usted puede traer aquí muchas presentaciones, muy bonitas, muchos gráficos; si quiere, otro día yo también le traigo gráficos y, en lugar de tomar porciones de cinco, tomo porciones de uno y verá que diferencias se ven en unos gráficos respecto a otros. Yo también sé hacer hojas de cálculo y sé hacer gráficos, y, efectivamente, es muy sencillo hacer presentaciones para intentar esconder la realidad; pero la realidad, señor Soriano, es la que es, y eso lo que nos preocupa profundamente.

Yo creo que realmente el problema que tiene Telemadrid no es un problema de los nuevos modelos audiovisuales; no es un problema de que haya sistemas de medición que les vayan mejor o les vayan peor; no es un problema de que ustedes diseñen mal el "prime time", y, por cierto, hablando de nueva programación, no ha aportado ninguna mejoría a los datos de audiencias respecto a otros años. Yo creo que es un problema bastante más importante, y es un problema que socialmente ya se está empezando a reconocer, y es algo que me preocupa extremadamente, en el conjunto de la sociedad madrileña, y es la alta carga ideológica que

tiene toda la programación de Telemadrid. Yo creo que los ciudadanos madrileños saben que cuando ven Telemadrid están viendo "tele PP" o "telespe", y eso, evidentemente, tiene una repercusión en la audiencia, porque ustedes están dividiendo, están segmentando la audiencia de la misma forma que lo hacen en términos políticos, crispando permanentemente la vida pública de los españoles, están crispando también a los televidentes en Madrid, y, por lo tanto, cuando hay una persona que pulsa su mando para ver Telemadrid, sabe que cuando ve Telemadrid está viendo los "slogan" y las propagandas institucionales y políticas del Partido Popular.

Para muestra un botón. Sólo hay que ver cómo le dan tanta importancia a la retransmisión de algunas manifestaciones con altos índices de audiencia. (*Rumores en los bancos del Grupo Parlamentario Popular.*) Estamos hablando de programas que son de interés general, y por eso se hacen esas masivas coberturas de algunas manifestaciones como la de la AVT el otro día, y resulta que esa manifestación tuvo un 13,5 de audiencia; un nivel de audiencia brutal, tanto como el mensaje de la señora Esperanza Aguirre en Navidad, que tuvo un 13,6 por ciento de audiencia. Si se da cuenta usted, las personas que ven unos y otros contenidos son prácticamente las mismas, es decir, al final van a acabar viendo Telemadrid usted, la señora "Espe", el equipo de Gobierno, yo no sé si todo el Grupo Parlamentario del Partido Popular -estoy seguro que alguno de ellos ni tan siquiera eso-, y cuatro ciudadanos que en ése momento se han confundido y han apretado un botón, y esa no es una buena metodología para gestionar una cadena pública, señor Soriano, repito, esa no es una buena metodología para gestionar una cadena pública. (*Protestas por parte de la señora Martín Martín.*) Fíjese usted, le pongo otro ejemplo, y éstos son datos que vemos en los informes que emiten los propios trabajadores. Ustedes son líderes...

El Sr. **PRESIDENTE:** Un momento, Señoría. Por favor, Señorías, guarden silencio. Le ruego, señor Diputado, que no trate a la señora Presidenta de todos los madrileños con términos despectivos. Continúe.

El Sr. **CEPEDA GARCÍA**: No creo que yo haya tratado a nadie con términos despectivos, en ningún momento, pero sí he escuchado aquí decir que mi portavoz, el señor Simancas, miente contundentemente y otra serie de cuestiones.

Mire usted, por seguir con la línea argumental, sé que se excitan mucho los Diputados del Partido Popular, pero no me importa porque suele ser habitual en esta Comisión. He de decirle que es verdad, que ustedes son líderes en audiencia en algunos segmentos horarios, aquí tengo algunas audiencias. Por ejemplo, el pasado 3 de febrero tuvieron un 69,3 por ciento de "share" a las cinco y media de la mañana, en un programa que se llama "Primer paso", o en "La vida salvaje", con el programa "Escorpión sensible", a las cuatro y media de la mañana tuvieron un 60,3 por ciento de "share". Efectivamente, hay que reconocer que Telemadrid es líder de audiencia en algunos momentos: a las cuatro y media, a las cinco y media de la mañana. Pero, curiosamente los últimos días -por eso hablaba yo de la pluralidad y de cómo se inventan ideológicamente la cadena- ha habido un dato muy importante de audiencia en el telediario del "Diario de la noche", que hace el ser Germán Yanke, cuando hubo prácticamente un "récord" de audiencia con la presencia de la Vicepresidenta Primera del Gobierno, doña María Teresa Fernández de la Vega, en una entrevista que le hicieron, donde tuvieron un 15,4 por ciento de "share".

Lo puede ver usted, señor Soriano, si realmente hicieramos un esfuerzo por intentar ser algo más plurales en la cadena y por intentar no estar permanentemente sesgando y manipulando toda la información -es verdad que Telemadrid tiene uno de los mayores índices de servicios informativos, pero todos están orientados siempre hacia la misma parte de la báscula-, insisto, si en vez de hacer eso, hicieramos una labor bastante más plural, estoy seguro de que la inmensa mayoría de los madrileños se lo agradecería, y lo haría no dándole medallas ni haciéndole grandes homenajes, se lo agradecería simplemente viendo algunos minutos más Telemadrid y aumentando estos niveles de audiencia que, como yo también le he demostrado, sin tanto multimedia y tanto gráfico, son los peores niveles de audiencia en la historia del canal autonómico Radio Televisión Madrid. Muchas gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señor Cepeda. Tiene la palabra el portavoz del Grupo Popular señor Pérez.

El Sr. **PÉREZ GARCÍA**: Muchas gracias. En primer lugar, quiero agradecer al Director General la exposición que nos ha hecho. Creo que viene informando a esta Comisión puntualmente, y creo que es un esfuerzo el que hace para que tengamos perfecto conocimiento de la evolución de la cadena. En este sentido, quiero apuntar, y también pedirle al portavoz socialista, que traslade a su partido, a la persona que en su partido habla sin identificarse y se atribuye declaraciones diciendo "fuentes del Partido Socialista", que nos gustaría que diera la cara. Yo sé que usted no es, porque usted es una persona que habla con rigor y que da la cara; menos hoy, que se ha inventado todos los datos, usted normalmente es una persona rigurosa. (*Risas.*) Pero sería bueno que la persona de su partido que se dedica a mentir y a hablar pusiera su nombre y apellidos. Yo sé por qué no lo hace, y es porque le da vergüenza. Por ejemplo, el otro día salía en el periódico "El País", hace menos de un mes, que el PSOE iba a exigir que el Director General compareciera al menos una vez al mes en esta Comisión. (La Sra. **ONGIL CORES**: *Y dos y tres veces.*) Ésa era la declaración que hacía. Y usted sabe que si analiza el número de veces que ha comparecido en esta Comisión y el número de meses que hemos tenido, sale muy por encima de esa media, y cuando no es así, no es por culpa del Director General, sino porque nosotros tampoco fijamos las Comisiones. Por otra parte, usted sabe que en ninguna ocasión ha habido por parte de la Dirección General la más mínima pega para comparecer -¡sólo faltaba!- y, además, hacerlo con los datos en la mano. Por tanto, le recomiendo que le diga a ese señor, que no sé si será el señor Sacaluga o quién será, que sea riguroso, o, por lo menos, que tenga la decencia de dar la cara y poner su nombre cuando mienta. En esta ocasión ha mentido diciendo que va a exigir que comparezca una vez al mes, con el único propósito de dar a entender que hay una opacidad que no existe. Por tanto, le pido que le transmita eso a la persona responsable de su partido.

También le pediría que no introdujera en esta Comisión crispación, porque aquí estamos para entendernos y no para descalificarnos. Yo

simplemente quiero decirle que aquí hay un problema que ha sido expuesto, y es que hay un conflicto porque hay diferentes concepciones de lo que tiene que ser la televisión pública, y, al mismo tiempo, hay una situación de un mercado audiovisual cambiante, como usted muy bien sabe, y ante eso hay diferentes posiciones; todas son legítimas; a mí me parecen unas más dignas que otras. La posición del Partido Socialista, donde gobierna, la conocemos: es una apuesta por una televisión pública basada en la manipulación atroz de la información tanto en el fondo como en la forma. Hoy mismo, los medios vuelven a sacar otros ejemplos de manipulación donde se funde la imagen del señor Rajoy con una prisión donde se ha suicidado un etarra; el otro día intercalaban una imagen del señor Rajoy entre unas imágenes de torturas en Irak. Eso es lo que afecta a la forma.

Respecto a lo que afecta al fondo, ustedes lo conocen y lo trabajan muy bien, y es lo que les está haciendo perder audiencias y, sobre todo, una cosa mucho más importante que las audiencias: la credibilidad. Porque las audiencias se ganan o se pierden, se recuperan, se aumentan, se disminuyen, pero la credibilidad, cuando se pierde es muy difícil de recuperar, y ustedes la perdieron hace mucho tiempo. Ya la perdieron en su primer Gobierno, cuando gestionaron TVE como si fuera el cortijo de Felipe González, y siguen hoy perdiéndola, por ejemplo, en Canal Sur, en la televisión de Castilla-La Mancha. Ustedes saben que es una auténtica vergüenza lo que ustedes están haciendo ahí. No lo van a reconocer aquí, no hace falta que lo hagan ni yo voy a pedirles que lo hagan, pero ustedes saben lo que están haciendo, y lo saben también las asociaciones de prensa, los periodistas, y, lo más importante, lo saben los ciudadanos. Saben que ustedes se dedican a hacer una especie de "Aló, Presidente" como Hugo Chávez allá donde tienen ocasión. Nosotros aquí hemos apostado por otro modelo de televisión. Su modelo está basado en tres aspectos, como digo: manipulación atroz de la información, derroche económico brutal para beneficiar a determinados intereses y programación basura; ésa es su fórmula. Lo estamos viendo en TVE. La programación de TVE tiende a la "telebasura".

Las televisiones públicas con un mínimo de sentido de la responsabilidad están tratando de construir un modelo de televisión pública digna, de

servicio público, como está haciendo Telemadrid, donde se está primando la información; usted muchas veces ha apelado al modelo de la BBC, pero no hay una televisión autonómica que, como Telemadrid, prime la información. Aquí le han mostrado el dato: 738.000 personas ven diariamente los programas informativos; también hay una apuesta por la información cultural, el cine, los programas infantiles, los programas divulgativos, y eso da calidad, aunque a lo mejor no da cantidad de audiencia. Yo creo que estamos aquí para conseguir una televisión que dé un servicio público y, además, estoy convencido de que, a la larga, también dará calidad, porque la televisión también tiene un papel formativo que, desde luego, no podemos dejar en manos de Televisión Española, salvo que por formativo se entiendan programas como "¡Mira quién baila!", "La azotea de Wyoming" -felizmente desaparecido-, "Rufus y Navarro" -también desaparecido-, etcétera. Creo que no estamos aquí para hacer ese tipo de televisión.

Yo estoy orgulloso de que la dirección de Telemadrid esté comprometida y empeñada en un proyecto de televisión de calidad; estoy orgulloso de ello. Cuando salgo fuera de Madrid y alguna persona me habla de Telemadrid, me siento orgulloso porque me hablan en términos de calidad y no como cuando pongo Canal Sur y salen Los Morancos o el Presidente Chaves, que no sé qué es peor si uno u otros, pero, en todo caso, ninguno tiene que ver con la calidad y mucho menos con la pluralidad que acredita Televisión Española.

Por tanto, en ese debate sobre modelo de televisión pública, Telemadrid está posicionada en un modelo muy claro y pienso que hay que perseverar en él. Ojalá hubiera sido con el apoyo y con el reconocimiento de los Grupos de la oposición; no lo ha sido, porque desde el principio ustedes han estado torpedeando ese modelo. Nosotros vamos a seguir apoyándolo porque creemos que merece la pena.

También creo que existe una clara manipulación de los datos por parte del Partido Socialista. Ustedes están viendo datos que son oficiales, y han visto que esos datos contrastan con lo que ustedes están diciendo; usted manipula los datos, no sé de dónde los saca, no sé quién los prepara. Estoy convencido de que usted no ha cuestionado ninguno de esos datos porque sabe que

no son cuestionables, porque son los datos de todos, es decir, los datos que están en el Consejo de Administración, donde tiene usted representantes que pueden preguntar. Por tanto, son los datos que hay. ¿Son buenos? ¿Son malos? Son los que en este momento tienen todas las televisiones. ¿Por qué? Lo han explicado. Hay muchos fenómenos y uno de ellos, efectivamente, es que el Partido Socialista regala televisiones en analógico a sus amigos cuando quiere, graciosamente, y nadie dice nada y parece que eso nos tiene que parecer normal; es decir, si el señor que le peina para abajo el pelo a Zapatero mañana decide que quiere poner un canal, tendrá su canal, porque así funciona el Partido Socialista. (El Sr. **CEPEDA GARCÍA**: *Un poco de respeto, por favor.*) Sí, el respeto es para todos. El Partido Socialista funciona de una manera que no nos gusta y que no le gusta a la ciudadanía, porque es una forma que, al final, no es limpia, no es transparente, y lo que hace es primar intereses puramente partidistas.

Por tanto, creo que el Partido Socialista lo que tiene que hacer cuando viene aquí es ser coherente con lo que hace. A usted le molesta que hablemos de Televisión Española o que hablemos de otras autonómicas; bueno, hay que hablar del modelo que ustedes ponen en práctica. En Televisión Española, en la programación regional, ustedes prácticamente han erradicado el informativo territorial. En primer lugar -y quiero denunciarlo aquí, porque es una vergüenza-, pusieron el informativo territorial de Televisión Española en diferido. Yo no he visto en ningún sitio un programa informativo que no sea en directo, no lo conozco, y conozco bastante el mundo de la televisión. Pues bien, ustedes han estado emitiendo, hasta que el Partido Popular ha protestado, un informativo en diferido; claro, al protestar, lógicamente ustedes intentaron hacerlo en directo, pero, ¿sabe cuánto tiempo? Quince minutos; es decir, quince minutos es lo que le parece que merece la pena sacar en Televisión Española de la actualidad de Madrid. ¿Usted cree que quince minutos es suficiente para una Comunidad que, además, es la capital de España, que tiene una población relevante, que tiene una iniciativa política muy importante en toda España, aunque les pese a ustedes? Realmente, ustedes dedican quince minutos a la información de Madrid. ¿Por qué? Porque saben que la información de Madrid, por mucho que se manipule, aporta realizaciones,

construcciones de hospitales, que, además, eran demandados por muchos de sus alcaldes, es decir, que no es un problema de partidos, sino un problema de buena gestión. Se están construyendo hospitales, se está construyendo Metro, se están haciendo muchísimas cosas que ustedes quieren tapar; ustedes no quieren que eso lo vean los ciudadanos, y, donde pueden, lo tapan, que es en Televisión Española, donde dicen: no, no, quince minutos; sacamos todo lo que podamos a Simancas y lo mínimo posible las realizaciones del Partido Popular. Eso no es jugar limpio. Usted no puede estar orgulloso, y su partido tampoco, de lo que está haciendo. El modelo de gestión es un modelo que a Telemadrid le está costando un 60 por ciento más barato, porque está bien gestionado, que a las televisiones autonómicas gestionadas por ustedes. Todo eso responde a un rigor, a una coincidencia, y es algo que nosotros apoyamos.

El drama de todo esto es que en este debate de tomar posiciones, Telemadrid optó por buscar una televisión de calidad, por una pluralidad, por unos objetivos culturales, de servicio público; en cambio, la gran mayoría las televisiones controladas por ustedes, con alguna excepción honrosa, optaron por lo fácil, que es ¡Mira quién baila! Eso es lo fácil; lo difícil es, a esa hora, emitir un documental sobre la historia de nuestro país o sobre algún aspecto que interese a la ciudadanía y que tenga que ver también con la formación de una conciencia constitucional y de nuestro país, y ustedes optaron por la telebasura. Pero el drama, como decía, es que ni siquiera se han conseguido resultados, es decir, ustedes dijeron vamos a conseguir audiencias como sea, aunque sea programando telebasura; programaron telebasura y no consiguieron audiencias. Ése es el drama en el que ustedes están encerrados, y por eso vienen aquí a cargar contra Telemadrid.

El problema es que ustedes se delatan sí mismos y la prueba la tienen en eso. Usted pone como ejemplo que Telemadrid es muy sectaria; si les escuchara los ciudadanos, prácticamente no saldría nunca el Partido Socialista, fusionaríamos al Partido Socialista con doberman; con otro tipo de cosas. Nada de eso ocurre en Telemadrid, y usted lo sabe. Usted pone el ejemplo de María Teresa Fernández de la Vega, que acude al "Diario de la noche"; si somos tan sectarios, ¿cómo es que llevamos a Teresa Fernández de la Vega, y además se le hace una entrevista? Yo le desafío en esta Comisión a

que visionemos esa entrevista y me diga en qué minuto de la misma se aprecia un tratamiento distinto del que se le daría a un miembro del Partido Popular; es decir, en qué momento se intenta exhibir ese sectarismo del que usted habla. Le desafío a que lo hagamos; si quiere, visionamos la entrevista. Pero, no sólo eso; también le desafío a que, usted que se ofrece a hacer "power point" y cosas de este estilo, haga uno con el número de líderes socialistas que concurren al programa "Diario de la noche", por ponerle un ejemplo, donde se hacen entrevistas. Usted trae aquí el "power point" con una columna que ponga: líderes socialistas, y otra que ponga: líderes del Partido Popular; lo traeremos, lo comprobaremos -si Sacaluga no le tacha nada-, y veremos que ustedes salen más veces que el Partido Popular. Compare eso con lo que ocurre en esa chirigota de televisión que es Canal Sur, porque para que un político del Partido Popular salga tiene que hacer auténticos milagros; compárelo usted.

Cada vez que Simancas decide celebrar un acto -y no voy a juzgar los actos que celebra, porque los respeto todos-, aunque vayan cuatro personas, como ha ocurrido aquí, si no tiene a su unidad de Telemadrid -porque considera que Telemadrid está a su servicio lanza una protesta a quien sea, porque se va a una verbena y no ha ido Telemadrid a cubrirle, o porque ha ido a una manifestación por el transporte público a la Puerta del Sol, a la que acudieron menos de 20 personas, que cosecharon, como pudieron, de alguna sede que ese día estaba abierta, y protestaban porque no estaban allí todos los medios de comunicación del mundo para cubrirles. Se hace un esfuerzo por sacar a Simancas en Telemadrid todo lo que es razonable, y más allá de la representación que tiene, asumiendo también un coste de pérdidas de audiencia, porque usted sabe que Simancas no es una persona que esté muy valorada por parte de los madrileños y digan: vamos a escuchar a ver qué dice. Usted sabe que se hace un esfuerzo en calidad, en pluralidad, y lo que ustedes deberían hacer es reconocerlo.

Existen unos datos; por tanto, le pido y le invito a que en otra comparecencia, si tiene ocasión, nos diga cuáles son falsos. Dígalo en el Consejo de Administración, en los órganos donde ustedes estimen oportuno. Usted ha podido ver los datos, y éstos no son desfavorables; los datos constatan que hay una tendencia a la consolidación de un modelo de calidad; por tanto, les animo a que lo apoyen,

porque será en beneficio del Partido Socialista. Ganarán credibilidad si algún día no dice que todo lo que hace el Partido Popular es pésimo y todo lo que hace el Partido Socialista es excelente, porque eso, al final, no tiene credibilidad y los ciudadanos no lo entienden. Reconózcanlo. Tenemos un modelo de televisión ejemplar, ustedes lo saben ¡Díganlo! No sigan ustedes ofuscados en intentar retorcer los datos, porque al final éstos se van a revolver contra ustedes, como ya se han revuelto en las encuestas que se están haciendo sobre la credibilidad del Partido Socialista. Muchas gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señor Pérez. En turno de contestación, tiene la palabra el señor Director General.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID** (Soriano Navarro): Muchas gracias, señor Presidente. Muchas gracias -y empiezo por el final- al señor Pérez, que ha puesto de relieve -con insistencia, porque es así, y yo creo que deberían ustedes reconocerlo- el pluralismo que existe en Telemadrid, cosa que, desgraciadamente, no se da en otras televisiones públicas, y yo creo que es lamentable que, sin embargo, se haga una permanente campaña y se utilice incluso a los trabajadores de Telemadrid, con unos procedimientos que hasta rayan en la coacción, para impedir que realmente se pueda desempeñar un trabajo profesional libremente. Pero los datos están ahí, no solamente sale en "Diario de la noche". Con "Diario de la noche" es como cierra Telemadrid, pero es que se inicia con "El círculo a primera hora"; es decir, cómo se despiertan y cómo se duermen los madrileños. Haga usted la relación de invitados, y verá que incluso algunas veces se despiertan con un socialista y se acuestan con otro, con lo cual yo creo que a lo mejor por esa razón hay algunos deterioros por las cosas que se pueden escuchar ahí. Por ejemplo, el día 28 empezó don diego López Garrido en "El Círculo" y terminó Germán Yanke con la Ministra Espinosa. Ésta es una realidad. Y en cuanto a los informativos, el de las dos de la tarde de ayer, por ejemplo, tuvo picos de audiencia del 30 por ciento, y tuvo una media del 26 por ciento. Ayer, por no ir más lejos. Eso indica que los informativos de Telemadrid tienen credibilidad. No es verdad lo que usted dice de que, como hay una presión política

partidista y que eso se nota en los informativos, éstos pierden audiencia. No es verdad, los informativos han subido de audiencia en el último ejercicio.

De verdad, yo no he querido hacer una exposición para acusar a nadie, ni a Sofres, ni a Cuatro, como usted ha querido decir, aunque, por otra parte, me ha parecido correcta su intervención, yo creo que equivocada porque, claro, toma datos que no quiere... Es decir, de los números sin tener en cuenta los contenidos, de verdad, yo creo que ésa es una trampa muy grande. Usted se ha referido a una buena época de audiencia de Telemadrid, pero cuando tenía una programación como era la de "Tómbola", por ejemplo, y yo estoy convencido, plenamente convencido, de que usted no prefiere tener mucha audiencia con programas de esas características; estoy plenamente convencido. (El Sr. **CEPEDA GARCÍA**: *Tómbola la dieron ustedes.*) Bien, pero se quitó, y se continuó en esa línea de hacer una televisión de calidad porque, cuando les llegue a ustedes el turno de gobernar, porque éste es un país democrático, si les podemos legar una televisión de calidad, una televisión en donde tengan un mayor peso los informativos rigurosos, plurales y que fomentan una serie de valores democráticos, estaremos mucho más contentos que de legarles una televisión con mucha audiencia, pero con una programación que no es propia de un servicio público de televisión.

En cuanto a Sofres, me gustaría hacer una crítica, sin que trascendiera hacia el exterior. TV3 y la televisión valenciana han presentado formalmente una demanda. Nosotros no, aunque observamos cosas que a veces pueden resultar un poco raras. Por ejemplo, este informativo, que tiene una media estable del 24 por ciento, de pronto un día puede dar un 15. Ustedes dirán: ¡Qué raro! ¿No? Por eso he querido explicar el procedimiento, porque sí puede bajar de pronto a un 15, con tal de que dos o tres audímetros no funcionen ese día; sin embargo, la medición no es real. Eso es lo que he querido poner de relieve. Ahora bien, ése es el único instrumento que tenemos, especialmente montado por el sector publicitario, y es una convención que aceptamos.

Existe una competencia feroz por ocupar esta tarta del mercado madrileño. Éste es el fondo de la cuestión, y usted lo sabe, porque, aunque se quiera vestir de pugna política, no es así. La realidad

es que hay quien ha descubierto que determinada ideología da mucho dinero y que determinadas ofertas culturales o de entretenimiento dan mucho dinero. Desde luego, en estos momentos la cuota de mercado que tiene Telemadrid es muy golosa, como se está viendo con los registros de Cuatro. De verdad que no lo digo por obsesión, es que es un nuevo actor que en televisión son vasos comunicantes. No hay nuevos espectadores, y ése es un dato que hay que tener en cuenta a la hora de ponderar esos datos, ya que del 2003 al 2005 el consumo de televisión ha bajado de un 24,5 a un 22 por ciento. Por tanto, tenemos que ser rigurosos a la hora de analizar los datos anuales, porque no es lo mismo tener un año con un alto consumo que con un consumo más bajo, obviamente.

Yo creo que la cuota de mercado que tiene Telemadrid la deberíamos cuidar entre todos, incluso preparándonos para una mayor fragmentación de audiencias, pero creo que Telemadrid tiene mucho futuro si cuenta con ese enfoque diferenciado y próximo a los ciudadanos, con un peso importante en los informativos y con un entretenimiento próximo a los ciudadanos.

Estamos viendo cómo una nueva iniciativa de una gran compañía, como es el grupo Prisa, pone en circulación una televisión en Madrid, con un índice de audiencia de un 6 por ciento por encima incluso de la media nacional, que es de un 5 por ciento. ¡Un 6 por ciento! Está muy bien. Yo no comparto la idea de quienes dicen que han empezado muy mal. No; un 6 por ciento a los tres meses de haberse puesto en marcha no está nada mal. Pero yo les recuerdo que nosotros tenemos un 14,3 por ciento, y creo que eso hay que cuidarlo y apoyarlo, naturalmente, si no se quiere dejar todo el campo abierto a esa iniciativa privada. A ustedes les costó mucho entrar por esa iniciativa privada en la televisión, pero veo que después se han familiarizado de una manera muy rápida con los conceptos del "share" y del mercado.

La verdad es que yo lo que he querido hacerles ver es que hay dos maneras de medir el negocio de la televisión: el "share", que puede ser muy llamativo: ¡El 23 por ciento! ¡El 24 por ciento! ¡El 14 por ciento! Pero lo que hay que ver es el número de individuos que nos ven y el número de individuos que nos dejan de ver. ¡El número de individuos! Cuando se dice: Han perdido ustedes audiencia a

chorros. No; hemos perdido 7.000 espectadores de un año a otro, habiendo bajado el consumo de televisión. Mi opinión es que, entre todos, deberíamos ayudar a Telemadrid. Debemos defender a Telemadrid.

Como bien decía el señor Pérez, para un medio de comunicación la credibilidad es muy importante. Creemos que nosotros tenemos esa credibilidad porque demostramos el pluralismo diariamente, pero ustedes se empeñan en quitarnos credibilidad y no sé si es en beneficio de terceros. De verdad, eso no debería ser así, porque el objetivo debería ser transmitirles, cuando a ustedes les toque gobernar -no sé dentro de cuántas legislaturas-, una televisión pública de esas características. Esperemos que no la liquiden, como ya se está viendo que hay un proceso de liquidación de la televisión española.

En mi opinión, es tan grave lo que está ocurriendo -por eso coloquialmente digo que tiramos el ordenador, la pantalla, etcétera-, que mientras se pierde peso en la televisión que vertebra a España, que es Televisión Española, una televisión estatal, una televisión de toda España, en Cataluña y en el País Vasco, fundamentalmente, convendrán conmigo que hay un problema, más allá de las soluciones que se puedan plantear en España. Miren ustedes este gráfico, donde se aprecia que Televisión Española en el País Vasco es la cuarta opción; en Cataluña también es la cuarta opción, y también en Andalucía. Es decir, el fortalecimiento de las televisiones autonómicas que están apegadas a un proyecto político muy determinado -y esto es una realidad- coincide con la caída de Televisión Española. (*Asentimiento por parte de la señora Martínez Doncel.*) Si usted, señora Martínez Doncel, comparte que el servicio público de televisión dominante en una Comunidad Autónoma es el de la Comunidad Autónoma, a mí me parece muy bien, pero lo que digo es que se pueden sacar consecuencias; es decir, si el servicio público de televisión en Cataluña no es Televisión Española, o, por lo menos, no tiene un peso importante, sino que queda relegada al cuarto lugar mientras el servicio público de televisión es en catalán y se transmite la ideología nacionalista, no me censure a mí. Yo creo que soy libre de poder resaltar eso, me parece que soy libre de resaltarlo. A usted le parecerá bien, pero a mí me parece que eso igual que el hecho de que un sistema educativo abandone las enseñanzas

mínimas comunes es malo para un país moderno, que lo que debe fomentar es la igualdad de derechos y libertades en todo el territorio. Pero, bueno, si usted no lo entiende -y veo que sigue gesticulando-, es su problema. Usted cree que lo de la televisión es "¡Mira quién baila!" o "Gran Hermano", pero la televisión es una cosa muy importante, mucho más estratégica y más importante que el sector de la industria, y fíjese cómo ha reaccionado el Gobierno de la nación diciendo que hay que proteger la energía. Pues, yo creo que éste es un sector también muy importante. Me parece clave lo que está ocurriendo.

El Sr. **PRESIDENTE**: Señor Soriano, por favor, vaya concluyendo.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID** (Soriano Navarro): Ya termino, señor Presidente. Señor Cepeda, no tenemos que hacer un esfuerzo por ser plurales a la hora de dar cuenta de un acontecimiento tan importante como la manifestación del otro día. Yo creo que fue un acontecimiento que conmovió a toda la Comunidad y a la ciudad de Madrid, y, por tanto, en esa línea de estar cerca de la Comunidad de Madrid lo hicimos. Muchas gracias, señor Presidente.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señor Soriano. Concluido el primer punto del orden del día, pasaríamos al segundo punto; sin embargo, al no estar presente el solicitante de la comparecencia, ésta decae. Pasamos al siguiente punto del orden

———— RUEGOS Y PREGUNTAS ————

¿Hay algún ruego o alguna pregunta? (*El señor Cepeda García pide la palabra.*) Tiene la palabra, señor Cepeda.

El Sr. **CEPEDA GARCÍA**: Gracias, señor Presidente. Me gustaría que la presentación multimedia que nos han mostrado esta mañana la facilitase a los Grupos Parlamentarios. Gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: De acuerdo, Señoría. ¿Podría ser, señor Soriano?

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID** (Soriano Navarro): Les voy a facilitar un disquete.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias. Sin más asuntos que tratar, se levanta la sesión.

(Eran las doce horas y cuarenta y cinco 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 2006,
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 2006.