

---

## MISMO PERRO, MISMO COLLAR

Se acabó lo bueno. Volvemos de vacaciones y lo hacemos con más ganas que nunca. Volvemos con ganas de denunciar, de arrojar luz donde no la hay y de buscar, entre todos, soluciones a los problemas que nos acucian. Seguiremos con nuestra campaña #AsíNo porque creemos que hay otra forma de hacer las cosas contando, para empezar, con los trabajadores. Esperamos que la dirección vuelva con las mismas ganas aunque, de momento, lo que vemos es la misma improvisación, los mismos vaivenes y la misma incapacidad. Para muestra, la nueva programación que cambian un día sí y al otro también. #AsíNo

### #AsíNo A LA DESAPARICIÓN DE AL SUR

A la espera de conocer con detalle esa nueva programación de la tele, sabemos ya que la parrilla traerá cambios y muchos no son buenos. Para empezar se cargan **Al Sur**, uno de nuestros buques insignia. Un programa con más de 25 años de historia que desaparece absorbido, parece, por El Público. El resultado es la desaparición del programa como producto semanal y pasa a un formato diario de entrevistas y actualidad cultural. Eso parece porque, lo cierto, es que las noticias cambian cada día, quizá por la incapacidad de la dirección para, siquiera, diseñar una estructura de programa. Hoy, en la Intranet, tenemos la excusa: la apuesta diaria por la información cultural, sin más datos. Obviamente, no han contado con los trabajadores: no se pide opinión, no se piden ideas... no se cuenta con nadie. En la torre donde se manejan los hilos, si es que se manejan, ellos se lo guisan y ellos se lo comen. Desde la **Agrupación de Trabajadores** decimos #AsíNo a la desaparición de **Al Sur** que ya está generando malestar y contestación del mundo de la cultura.

De forma improvisada y de un día para otro, se han cargado también Noticias Mediodía, dejando a los profesionales adscritos a ese programa con un palmo de narices ya que se fueron de vacaciones con la seguridad de su continuidad. Parece que por fin hay dinero y que se destinará (cómo no) a una productora. En este caso será ADM quien haga un magazine de mañana. Queremos saber ¿con qué medios? ¿no acabarán imputando a informativos sus gastos o parte de ellos? #AsíNo. Esperamos, al menos, que el magazine triunfe, tenga buena acogida por la audiencia y no sean los Servicios Informativos los que, una vez más, tengan que cubrir ese hueco con la profesionalidad que lo han hecho siempre.

### PROGRAMACIÓN DE LA RADIO

¿Y qué decir de la radio? ¿Por qué se empeñan, y esto con carácter general, en cargarse formatos que funcionan para inventar la pólvora? ¿y con qué coste? Porque queremos saber cuánto nos ha costado "refichar" al Yuyu, que se fue porque Joaquín Durán no quiso o no pudo igualar la oferta que le hizo la SER en su momento. Y ahora ¿vuelve a qué precio? Desde la Agrupación le damos la bienvenida porque es un gran tipo y su perfil puede dar mucho de sí. Eso no lo duda nadie. Pero la transparencia es imprescindible en estos tiempos que corren y queremos saber su precio.