

## Las producciones y los escenarios locales \*

---

*Manuel Gómez Cardeñas* \*\*

*Maritza Sobrados León* \*\*

**E**l Panel titulado con la denominación de este Capítulo cuarto fue el segundo celebrado el primer día del Encuentro, tras el Acto de Apertura. Manuel Gómez Cardeñas, productor ejecutivo de *Promico Imagen* y presidente de la Asociación de Empresas de Producción y Productores Independientes de Andalucía, ex director de *El Correo de Andalucía*, ex director general del *Grupo Andaluz de Comunicación* -al que pertenecieron periódicos como *El Correo de Andalucía*, *Jaén*, *Córdoba*, *La Voz de Almería* y *Odiel*, entre otros-. Maritza Sobrados León, periodista, profesora en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, fue la moderadora/relatora. En líneas siguientes cuanto se expresó en esta sesión.

*Maritza Sobrados León:* La puesta en marcha de *Canal Sur*, en febrero de 1989 con limitados recursos técnicos y humanos, y su posterior expansión con el objetivo de dar cobertura a toda la Comunidad Autónoma, propició la aparición de numerosas empresas audiovisuales privadas para prestar servicios a la nueva Televisión.

Esta nueva industria audiovisual ha ido creciendo y fortaleciéndose, lo que le permite competir en el mercado nacional. Sin embargo, la mayoría de estas empresas andaluzas se crearon a raíz del nacimiento de la *Radio Televisión de Andalucía (RTVA)* y sólo prestaban servicio al ente público, lo que creó una fuerte relación de dependencia nada beneficiosa porque se ha

---

\* Intervenciones tenidas en el Encuentro “*Del Video Comunitario a la Televisión Local en Andalucía*”.

\*\* El nombre del interviniente-invitado está inicialmente y la moderadora ubicada a continuación. Véase el texto introductorio del presente Capítulo donde se indica el puesto profesional o cometido que desempeña cada uno de los autores.

creado una centralización de servicios en determinadas empresas en detrimento de otras.

La RTVA subcontrata a empresas que generan casi el 80% de su programación, pero que pertenecen a la misma red comunicativa creada por *Canal Sur* y *Canal 2 Andalucía*, configurándose así un monopolio, que difícilmente deja cabida a otras productoras audiovisuales para poder introducirse en el mercado andaluz”<sup>1</sup>.

En este grupo de empresas que domina el sector en producción y facturación, destacan *Producciones 52 (Regreso al futuro)*, *Atrium Digital (Mira la vida)*, *ZZJ Producciones (Menuda noche)*, *Redacción 7 Andalucía (Andalucía sin fronteras)*, *Medina Media (Andaluces por el mundo)*, *Mettre (Salud al día, Solidarios)* o *Linze TV (Arrayán)*, entre otras. Según datos de la temporada 2005/06<sup>2</sup> la mayor cuota de mercado correspondió a las productoras *Producciones 52*(28,9%), *Atrium Digital* (25,2%) y *ZZJ* (13,3%). Mientras, la mayor facturación la obtuvieron *Linze TV* con 14.338.908, *ZZJ* con 9.542.294 y *Producciones 52* con 8.286.331.

El 92,16% de las producciones de empresas andaluzas tuvo como destino *Canal Sur Televisión*<sup>3</sup>. Pero ésta no es una situación muy diferente de la que ocurre en el resto de España, donde “*apenas algunas productoras catalanas, madrileñas y vascas han conseguido un modelo diversificado geográficamente*”, señala Fernández-Quijada<sup>4</sup>. Este autor destaca como hecho positivo que “*la fuerte demanda del brazo televisivo de la RTVA ha permitido crear un tejido productivo creciente en la región, en sintonía con el papel que se le ha atribuido como motor de la industria audiovisual de la región...*”<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> HINOJOSA, Mónica: “Las productoras audiovisuales: instrumentos de análisis”, en *Comunicar*, nº. 25 (2). Huelva, 2005. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2927141>

<sup>2</sup> FERNÁNDEZ-QUIJADA, David: “Producción independiente de Televisión en Andalucía. Aproximación a la estructura de un sector desconocido”, en *Ámbitos*, nº. 18, págs. 191-209. Sevilla, 2009.

<sup>3</sup> *Ibidem*.

<sup>4</sup> FERNANDEZ QUIJADA, David: *Las industrias culturales ante el cambio digital. Propuesta metodológica y análisis de caso de la Televisión en España*. Tesis doctoral defendida en la Universitat Autònoma de Barcelona en 2007. Inédita.

<sup>5</sup> *Ibidem*.

---

En la actualidad nos encontramos el inicio de la era digital, un momento trascendental que supone el mayor cambio sufrido por la Televisión en toda su historia. La evolución de la Televisión Analógica convencional terrestre hacia la tecnología digital ha abierto una serie de posibilidades entre las que destaca la Televisión Local, que debe convertirse en referente de la identidad andaluza, además de ofrecer una oferta que represente los intereses y necesidades de televidentes.

Entre los principios que inspiraron la Televisión Local por Ondas Terrestres en Andalucía, recogidos en el Decreto 1/2006, de 10 de enero, figuran el respeto al pluralismo político, religioso, social y cultural; la protección de la dignidad y derechos de la mujer, de la juventud y la infancia, de los derechos de la tercera edad, discapacitados e inmigrantes, entre otros colectivos. Pero también destacan la potenciación de la industria audiovisual de contenidos en Andalucía, el fomento de la conciencia de identidad andaluza a través de la difusión de los valores culturales y lingüísticos del pueblo andaluz en toda su riqueza y variedad, así como la preservación y transmisión de su historia.

Así, las Televisiónes Locales están en una situación privilegiada para defender y divulgar la identidad del pueblo andaluz. Este papel fundamental de la Televisión Local como generadora de la producción audiovisual puede suponer que las comunidades exporten contenidos y no sólo los reciban; por lo que además podrían ser capaces de conseguir que los pueblos se muestren al mundo, y la posibilidad de verse reflejados. La capacidad de mostrarse al exterior y de poder ser conscientes de las de las propias características de cada comunidad supone una gran importancia en la defensa de conceptos como el de identidad, que habitualmente se muestran amenazados por la interconexión en la que nos sitúa la globalización de la sociedad<sup>6</sup>.

En 2004, en Granollers, nació una organización de Asociaciones de Televisiónes Locales, conocida como *G9*, que aprobó un manifiesto en defensa de la Televisión Local donde calidad, diversidad y derecho de información queden por encima de intereses económicos o políticos. El Manifiesto de Granollers apuesta por la viabilidad de la Comunicación Local en la época de la globalización y establece unas bases en pro de un nuevo modelo de Televisión Local y de calidad en los que se abogue por los contenidos de proximidad de

---

<sup>6</sup> GARCÍA MUÑOZ, Joaquín: “Los contenidos en las televisiones locales”, en *Comunicar*, nº. 25. Huelva, 2005. Disponible en <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=25&articulo=25-2005-098>

---

calidad y una emisión en redes horizontales, es decir, la unión voluntaria de televisiones locales que se intercambien contenidos como proceso comunicativo entre diversidades. Se busca un impulso de la industria audiovisual descentralizada donde se generen proyectos comunitarios, de pequeños núcleos de población y se eviten las prácticas fraudulentas y contenidos degradantes en la Televisión. Con este tipo de actuaciones se pueden marcar las diferencias con respecto a un modelo generalista de Televisión.

Manuel Gómez Cardeñas, presidente de la Asociación de Empresas de Producción y Productores Independientes de Andalucía y concededor del orbe audiovisual en donde se encuentra ahora tras años en el papel impreso, es quien nos hablará de las producciones y de los espacios locales...

*Manuel Gómez Cardeñas:* Siempre he sido muy crítico con el tema del acceso en la profesión periodística porque yo me considero periodista a pesar de todo el currículum. Crítico porque entiendo que es una profesión en la que la vocación es fundamental. Si no queremos comunicar da igual todo lo que estudiemos y lo que aprendamos porque no sirve para nada. La clave es comunicar y buscarse la forma adecuada para lograr ese objetivo de Comunicación. Después de esta introducción vamos a abordar el tema de las televisiones locales y los contenidos.

En España se ha abierto un campo enorme para los operadores de Televisión llamados TDT Locales, Regionales y Nacionales. Las únicas que están medio funcionando, en pruebas o avanzando son las nacionales. Las regionales están teniendo muchos problemas de financiación, pues la puesta en marcha es muy costosa, de hecho el *Grupo Prisa* renunció a su TDT en Andalucía, el *Grupo Joly* la tiene parada sin saber qué hacer, el propio *Canal Sur* tiene en pruebas su tercer canal. Y otro tanto podríamos decir de las TDT locales, por cierto, organizadas de una manera que no acabamos de entender donde las comarcas no conjugan con los intereses de los diferentes municipios, lo cual va a hacer muy complejo hacer una Televisión Local. Ésta se basa básicamente en información local y si tú no puedes decidir cuáles son los contenidos locales porque tu diversidad en la comarca es compleja y contradictoria, difícilmente va a poder arrancar con esa Televisión.

Pero, una vez aclarado el problema de dotación de contenido, el grave problema es buscar cuáles van a ser las fuentes de financiación que van a poder permitir contar todas estas historias. Yo me voy a concentrar en el trabajo que hacemos los productores andaluces para poder hacer posible esto. Y lo estamos haciendo. Primero, nosotros nos hemos dotado recientemente de un cluster -al final han sido dos-, una especie de vanguardia del sector donde están las ideas

---

más avanzadas, las empresas más arriesgadas, donde se pone más la visión en el desarrollo futuro que en el presente, donde se arriesga y se pone en valor determinados instrumentos que van a ser muy importantes para que en el futuro la diversificación del sector sea posible y permita un futuro a la empresa audiovisual porque, si la empresa audiovisual como hasta ahora depende exclusivamente de *Canal Sur*, no tenemos empresas audiovisuales, sino que tenemos meros proveedores de un único cliente y el día que el cliente se vaya y desaparezca, desaparece nuestra industria.

El cluster es ese instrumento del que nos hemos dotado los productores andaluces. Aunque ahora tenga a doce principales productoras, está combinado con empresas de tecnología avanzada, las llamadas TICs, y están en alianza con empresas cuyos contenidos son audiovisuales también, y alguna que otra empresa de la industria cultural. Estamos trabajando en un proyecto de apoyo a las televisiones locales que va a sentarse en lo que creemos que podría ser el futuro y la única salida que podría ser razonable y rentable que son cinco patas. La pata que asienta la propia Televisión Local Agrupada; la pata de las TICs que van a poner la tecnología al alcance nuestro para poder utilizar determinados servicios; la pata de los operadores de telefonía; la pata de las productoras que van a dotar de contenido lo que estamos definiendo y que vamos a ver cómo podría funcionar y las centrales de compras que deberían de proveer publicidad y recursos publicitarios para poder construir la financiación.

La función es muy sencilla. Hay que lograr establecer el contenido de parrillas potenciales al alcance de las televisiones locales tanto al alcance de lo que es físico, o sea, de facilidad de tenerla, como del alcance económico, es decir, una cuota razonable proporcional a la importancia de cada TDT y de los recursos que tiene. Todo eso se haría a través del cable. Esas televisiones locales explotarían su publicidad local, pagarían la cuota pero explotarían su publicidad local, mientras que las productoras con la central de compra explotarían la publicidad nacional y regional y devolverían, harían un retorno, a las televisiones locales en proporción de su importancia y en función de los recursos que se gastaran en el mercado.

Si somos capaces de poner en funcionamiento operadores de este tipo, con esas cinco patas, es posible que la Televisión Local tenga vida, si no vamos a encontrarnos con situaciones lamentables porque no arranquen bien o porque al final no logremos el objetivo fundamental que es llevar la información visual a todos los rincones de Andalucía. Así es como nosotros lo vemos y es como estamos empezando a trabajar en estos momentos. Ya sabemos que hay algunos grupos de televisiones que se están organizando para prestar ese servicio en común y a ese tipo de televisiones son a las que nosotros precisamente vamos a

---

ofrecerles este servicio integral para poder sacar adelante este tipo de producción. Mientras tanto, tenemos que abordar cómo se plantea este tipo de producción de contenidos porque el que tiene los contenidos es el que al final puede ofrecer un servicio a la ciudadanía.

Y nos estamos encontrando con varias dificultades. La primera es que no existen todavía empresas lo suficientemente potentes como para dar continuidad en la producción audiovisual por sí solas, es decir, para invertir sobre futuro cuando están acostumbradas a invertir en programas financiados por *Canal Sur*, es decir, tú contratas con *Canal Sur* un programa, te aprueba un presupuesto y ya tú descuentas ese contrato y entonces llegas a la producción. Se trata de inversiones de modo propio, realizadas por las propias productoras, sin saber todavía si tienes el contrato o no lo tienes, eso hasta ahora prácticamente no se produce en Andalucía ni en buena parte de España. Es decir, tenemos una tutela muy dependiente hasta ahora de los operadores.

La clave en estos momentos para que eso pueda ser posible viene determinada por que se abran vías de financiación teniendo en cuenta a la empresa audiovisual como una industria cultural, como a cualquier otra empresa donde se logre con facilidad la posibilidad de financiar por parte de las entidades financieras y, para eso, la entidad financiera tiene que reconocer los productos audiovisuales como unos productos perfectamente financiables y con un valor igual que el que podría ser el de un edificio, de una empresa de tecnología o de una empresa de producción de cualquier bien, como puede ser de coches, maquinaria o cualquier otra producción. Hasta que no logremos el reconocimiento -y para eso nos tiene que apoyar bastante la administración- de la producción audiovisual, de la producción cultural como un bien financiable, vamos a tener serias dificultades para poder financiar productos antes de tenerlos vendidos en el mercado independientemente de que tengan una proyección de distribución, de venta, etc.

La Junta de Andalucía ha recogido de alguna manera este planteamiento en el sentido de estar trabajando con innovación e industria para que las industrias culturales, en este caso la industria audiovisual, accedan a los cinco fondos que se utilizan para la financiación y el apoyo a las empresas en general. Pero, en esa iniciativa de apoyo ha habido un error grave que está cometiendo la Junta y que venimos denunciando en los últimos tiempos y es que ha confundido esta idea entusiasta de apoyar una cosa que se llama industria cultural, que se viene reconociendo en los últimos años y que antes se creía una cosa secundaria, con una cosa muy importante que se ha estado haciendo retirar las subvenciones porque considera que como industrias debemos apoyarnos en el planteamiento de buscar créditos reembolsables y de capital ciego.

---



Nosotros decimos que eso es un error porque cada vez que una sociedad quiere apoyar una iniciativa de progreso, la sociedad hace un esfuerzo y ayuda a ese sector, por ejemplo, en las energías renovables. Las energías renovables tienen un montón de ayudas, que no las llaman ayudas sino fondos reembolsables por esfuerzo inversor. Es decir, tratan la ayuda de la cultura, la ayuda al cine, la ayuda a las empresas audiovisuales como si se tratara de una caridad, de una acción de pedigüños cuando la cultura es una parte esencial de nuestra sociedad, una parte que tiene un valor muy superior al que da el mercado y es lo que representa la identidad de un pueblo y la identidad de un pueblo la tiene que apoyar un pueblo.

Cuando das una ayuda no se trata tanto de que estés financiando una empresa audiovisual o una empresa cultural, sino que estás apoyando proyectos. Eso es muy diferente. En los proyectos estamos hablando de obra, de creatividad, de talento. Y el apoyo al talento es algo determinante en la sociedad, igual que se hace grandes esfuerzos en investigación para precisamente sacar adelante el talento que tienen en la sociedad nuestras investigaciones. Es muy importante que el talento creativo, el talento cultural se apoye desde la propia sociedad.

Es verdad que esos esfuerzos tienen que rentabilizarse y el error que se ha cometido hasta ahora es que el apoyo al talento se entendía que llegaba un guionista, pedía el dinero y le daban el dinero para sacar adelante su obra, constituía a lo mejor una empresita en un momento determinado, sacaba adelante su obra y ya no había empresa. Eso tiene solución, hay que aplicar rigor. Por un lado, está la empresa cultural que tiene que funcionar como tal empresa, financiándose, arriesgando el empresario como en todas las empresas y, por otro lado, está el apoyo al producto. Pero, el apoyo al producto debe ser a través de la empresa, no a través de proyectos individuales. Para eso no hay más remedio que aplicar las normas que se aplican cada vez que se va a concurso donde se recibe dinero público, es decir, se exige un currículum a la empresa, se exige una solvencia técnica de tener unos profesionales, unos medios técnicos, etc. En definitiva, una solvencia económica, un plan de financiación y un plan de comercialización. Eso con un buen proyecto se apoya porque solamente es un apoyo para arrancar. Con ello tendríamos garantía de que ese esfuerzo que hace la sociedad se produzca en un retorno doble. Primero, porque producimos una buena obra y segundo, porque consolidamos una empresa en el sector.

Ése es el caballo de batalla que tenemos ahora mismo con la Junta que ya venía tirando para abajo los presupuestos de ayuda a todo el sector, que han pasado de cuatro millones de euros en el año 2009 donde se han producido más

---

de veinte largometrajes en Andalucía, más de diez telemovies y más de una quincena de documentales, ha pasado este año 2010 a meter un millón de euros en los presupuestos, lo que, probablemente, va a acabar con el cine andaluz. Y acabar con el cine andaluz representa acabar con productos que mañana van a repercutir directamente en nuestros operadores, porque en la medida en que nosotros tengamos producción no nos tendremos que dedicar a proyectar cine mexicano o algo que esté al alcance de lo que es una Televisión Local.

La actitud de la administración está directamente relacionada con la situación de las televisiones locales y las productoras regionales o locales. No se pueden lanzar iniciativas a toda prisa como la TDT y luego que acaben no funcionando del todo porque nadie ha puesto los medios para garantizar los contenidos que deberán caer mañana en esas televisiones. Para que el futuro de la Televisión Local sea factible se necesita, por un lado, de una cooperación muy estrecha entre las propias televisiones, igual que lo estamos haciendo entre las propias productoras, y entre las televisiones y las productoras, las empresas TICS y los operadores de telefonía e, incluso empresas de publicidad, es decir, los sectores deben unirse en una agrupación de intereses, cuyo resultado sea un producto de calidad, un producto financiado que se pueda poner al alcance de los clientes y de los ciudadanos.

En segundo lugar, necesitamos que la administración sea consciente de que estamos hablando de cultura, que la cultura es muy importante que, efectivamente, para que tenga futuro se transforme en industria y que opere como industria. No se la puede abandonar igual que no se pueden abandonar a muchos sectores porque es cultura y porque genera mucho empleo. Puedo decir que la industria audiovisual genera más empleo que la del automóvil. En la medida en que nosotros seamos capaces de lograr que la administración sea consciente de esto y que nos agrupemos, podemos hablar de futuro de la Televisión Local y de futuro de la TDT. Si no hay agrupación de intereses, creo que es muy difícil que la TDT de un paso hacia delante y un salto hacia el futuro. La TDT se puede quedar en una Televisión con una cámara fija grabando, pero en ningún caso dará el salto cualitativo de una Televisión Local creativa que pueda ofrecer un producto de calidad a los ciudadanos.

## TURNOS DE PREGUNTAS

*Desde el público:* ¿Cómo se podría concienciar a la Junta de Andalucía de que su propuesta de futuro pasa por las ayudas y las ayudas van a menos?

*M. Gómez Cardeñas:* Nosotros estamos ahora mismo inmersos en esta

---



batalla, de hecho estuve ayer en Madrid. En la Academia de Cine nos juntamos con actores, directores, actrices, productores porque la mayoría de nuestros compañeros que se dedican a todo este tema del arte están en Madrid ya que en Andalucía esto es una industria muy incipiente. Aunque haya hablado de veinte o treinta obras de envergadura, aparte de los programas de Televisión, realmente la producción de series y programas está muy concentrada en la Televisión Nacional.

Nos hemos concentrado, hemos hecho manifiestos, reuniones, pero el problema es que estamos en un período electoral en el que todo el mundo tiene mucha prisa y todo el mundo quiere ponerse muchas medallas y vender proyectos y se olvidan de lo que es el trabajo que se viene haciendo desde hace muchos años. Desde hace diez años para acá se adoptó un modelo de producción que era el modelo europeo y que, precisamente, éste era el modelo de la ayuda, la cual representa el veinte por ciento de un proyecto, lo suficiente para impulsar la obra y ponernos a los andaluces en condiciones de igualdad con respecto a las producciones nacionales e internacionales, que hacen lo mismo, es decir ellos llevan también su impulso por otra parte. Ésa es la única forma que tiene Europa o, en este caso, España o Andalucía de poder luchar contra la invasión terrible que tenemos de Hollywood.

Es verdad que Hollywood no tiene ayuda directa del estado, pero, por ejemplo, tienen una cosa que se llama la Ley del Mecenazgo, que nosotros llevamos mucho tiempo peleando por ella, por la cual cuando una empresa invierte en productos culturales tiene un retorno fiscal muy importante. Es como cuando una empresa hace donaciones a fundaciones, lo que le permite desgravar, por eso le suele ser rentable. Cuando hablamos de invertir en cultura, se ve muy bien comprar obras de arte, cuadros, etcétera y no tenemos en cuenta que obra también es lo audiovisual, el cine, los documentales, los programas... Ésa es la clave.

Si la Junta y, en general la administración, entiende que en un ajuste te puedes jugar el cine por tres millones de euros. No se tiene conciencia de que nos estamos jugando una parte de la identidad muy importante de nosotros y creo que últimamente estamos haciendo un buen cine. En Andalucía se está haciendo buen cine. Es verdad que todavía competir con Hollywood es casi imposible en estos momentos, pero se pueden ir tomando una serie de medidas como, por ejemplo, se toman en Francia, donde el proteccionismo hacia el cine nacional es muy superior. No es lo mismo escuchar a Bruce Willis en español porque hay un señor que habla muy bien, que escucharlo a él en su propio idioma.

---

Las producciones españolas no compiten en igualdad en ese caso ni en recursos. Yo me acuerdo cuando estuvimos en Sundance, íbamos a hacer una película de dos millones de euros como cine independiente y las americanas con cincuenta millones de cine independiente, o sea, cincuenta millones es lo que se ha gastado *Ágora* que es la gran producción española. Allí cualquier película independiente se gasta cincuenta millones, ¿cómo se compite con eso? Es muy difícil. Si no tienes una protección de la administración, acabaremos viendo cine americano, la invasión cultural será terrible y desde aquí no haremos nada.

*Desde el público:* Dice que la producción genera más empleo incluso que el automóvil, ¿de qué cifras hablamos en Andalucía, por ejemplo?

*M. Gómez Cardeñas:* De empleos directos estamos hablando de unas dos mil personas. Ciento cuarenta o ciento cincuenta empresas, o sea, dos mil personas de empleo directo. En general, en el mundo audiovisual todo lo que sería trabajar con cámaras, fotografías, etc. sería más. Pero, lo que hablamos de producción audiovisual estamos hablando de dos mil personas, sin contar los que trabajan en las televisiones. O sea, estamos hablando de productoras. A nivel nacional, el último dato que ha dado el Ministerio de Cultura es que representaba el cinco por ciento del PIB. Estamos hablando de palabras mayores. Si no se protege eso y se pone en manos de empresas de fuera, tendremos lo que nos merecemos.

*Desde el público:* En cuanto a lo que afecta al empleo directo de periodistas, ¿hay cifras?

*M. Gómez Cardeñas:* Este sector acoge a muchos periodistas. Hay que tener en cuenta que en las productoras los periodistas pueden ser los guionistas, los documentalistas, los que proveen de contenido para poner en pie las producciones, sobre todo en los programas. Si nos vamos al sector de operadores aún más. Los periodistas tienen todo el terreno de la producción de informativos, que es lo que identifica a la Televisión Local. Además, hemos de tener en cuenta que por muy mal que esté el mundo estamos ahora mismo en la era de la comunicación. La comunicación no sólo es Televisión Local o Regional, también está Internet. Nosotros ya estamos trabajando en contenidos para la red o en contenidos para los móviles. Ahora salís de aquí miles de periodistas.

Yo me acuerdo que cuando acabé la carrera salimos cien en España, salimos todos colocados y entonces se pagaba muy bien. ¿Nadie os ha dicho al entrar aquí que cuando la oferta de trabajadores es muy elevada los sueldos caen en picado proporcionalmente? En la Facultad os dan clase, pero recordad que la

---

orientación profesional es muy importante, tenéis que pensar en muchas opciones. Hay opciones que pasan por ser emprendedores. Lo importante es que tengáis iniciativa, que seáis capaces de agruparos dos o tres y poner un proyecto encima de la mesa, que vayáis a una Televisión Local y si le proveéis los servicios. Si os metéis en una comarca y atendéis a cinco localidades y metéis contenidos por la Red y colgáis vuestros vídeos, esas ganas de hacer cosas es lo que os va a salvar.

Si no vais a acabar siendo reporteros o parados, carne del desempleo porque es tal la cantidad que sale y cada vez se va reduciendo más el pastel porque cada vez los servicios se van haciendo con menos esfuerzos. Además, lo que creíamos que era una salida profesional, los gabinetes de prensa en las empresas, se está cargando las redacciones porque éstas se inflan con notas de prensa y con comunicados de prensa. ¿Periodismo? ¿Cuánta gente hace Periodismo? ¿Cuánta gente se va a buscar un tema, a investigarlo, a trabajarlo? ¿Dónde está el Periodismo de Investigación? El Periodismo de Investigación en este país se basa en que alguien te filtra una información y tú eres el único que la tienes. El Periodismo de Investigación se ha acabado hace mucho tiempo. No se acabará en cuanto que vosotros, que sois la generación que vienen buscando, seáis capaces de tomaros esto en serio y rompáis esos esquemas y luchar no contra el poder, sino denunciar su abuso. Nosotros no estamos para dar notas de prensa, ni comunicados, ni tirar incienso a nadie sino para vigilar que los derechos de los ciudadanos se cumplan, se vigilen y se protejan. Y ésa es la misión de los periodistas.

Entonces, si no nos dan trabajos en los Medios tendremos que organizarnos y hoy día hay muchas facilidades para tener nuestros propios Medios en la Red. El otro día decía uno que cualquiera controlaba la mentira en la Red. ¡Como en los periódicos! Exactamente igual. El periódico más serio dice las mentiras más gordas del mundo porque le interesan a los dueños o al periodista entre comillas, es decir, hay miles de posibilidades que antes no existían. La Red es una gran agarradera para poder hacer cosas bien hechas y poderse desarrollar profesionalmente y en la medida en que uno es capaz de situarse y agruparse y organizarse por afinidades, en esa medida también pueden ofrecer servicios como decía antes a las Televisiones Locales.

Si *Telecinco* monta una cosa que se llama *Atlas*, que le presta los servicios informativos, y *Antena 3* monta otra cosa y se exteriorizan todas esas historias y tratan de tener los mínimos empleos directos y se organiza, creo que las televisiones locales van a estar locas por tener una información local sin tener directamente empleados sino que establecen relaciones comerciales con empresas que monten los propios profesionales, pero los propios profesionales

---

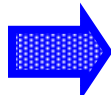
tienen esa actividad y diez mil actividades más. Si no va a pasar lo de siempre, la rotación de practicantes que se utilizan como profesionales y cuando se hartan, llega otro. Eso es un espejismo porque creéis que ya estáis a las puertas de colocaros y en tres años a la calle después de haberos explotado. Buscar vuestras salidas. En las televisiones locales necesitan información y necesitan trabajo de redactores y ahí estáis vosotros para hacerlo.

*Desde el público:* En cuanto a que las Televisiones Locales van a requerir información, ¿no supera la oferta a la demanda?

*M. Gómez Cardeñas:* La infinidad de licencias locales que hay no están operando. Están operando algunas, pero no creo que todo lo que hay concedido esté operando, entre otras cosas, porque no acaban de ver cómo va a ser la cuenta y resultado que es algo fundamental. Unas están funcionando, pero hasta las que están funcionando están pensando en cómo organizarse porque se tienen que organizar de alguna manera. Algunos están pensando en crear alianzas. Es lógico porque una Televisión Local por sí sola no funciona. Si te alías, coges servicios comunes y abaratas costes, al final pues te puede salir rentable. Al final la Televisión como todo es una empresa y las empresas tienen una obligación, igual que el individuo tiene la obligación de sobrevivir, la empresa tiene la obligación de ganar dinero, si no gana dinero no sobrevive. No hay nadie que esté poniendo constantemente dinero a fondo perdido, tiene que ganar dinero. Nosotros no trabajamos si no ganamos dinero.

Mientras tanto, las TDT locales no arrancan hasta que no ven los planes de viabilidad que tienen que tener. Nosotros estamos planteando una iniciativa, pero estoy convencido de que hay muchas más. Puede haber iniciativas para parrillas y puede haber iniciativas para informativos y puede haberlas para servicio de todo tipo. En comunicación habrá periodistas y habrá gente que quiera hacer más otras cosas. Para todos en teoría hay trabajo. Conozco a gente que se ha agrupado y hace servicio de ENG, cogen las cámaras y salen y hacen esos trabajos; tiene una formación completa con lo que no necesitan ni a los periodistas, ellos mismos son los periodistas y llevan la cámara y todo. Hay gente que se ha unido en la que uno es realizador, otro es montador, otro es cámara y con eso van montando su historia y, al final, van haciendo producciones propias o proyectos propios y acaban siendo empresas y productoras. Todo es empezar, pero, sobre todo, es tener claro que tienes que buscar tú, que la competitividad es tan fuerte que o te mueves y te le ingenias o quedarás fuera del mercado.

(ir al inicio del capítulo)



(ir al índice)

