

La crisi arriba a les productores privades

Les televisions privades no han estat la taula de salvació que molts esperaven

—Antoni Capilla—

Les productores privades de televisió, que van créixer fa uns anys com bolets, sobretot entorn de les estrelles, veuen venir ara temps de crisi. Algunes han hagut de tancar i altres reconvertir-se. Però encara n'hi ha que constitueixen un bon negoci.

Les productores independents de televisió van conèixer una etapa daurada als primers moments de l'arribada de la televisió privada a Espanya, quan les cadenes privades van endegar les seves emissions i van sentir la necessitat d'engreixar les seves programacions amb sèries i programes de producció pròpia, però, especialment, amb d'altres comprats a productores externes; i els canals públics van haver de renovar les seves programacions davant la nova competència. Molts d'aquests nous programes, especialment els concursos, van conquerir ràpidament les hores de major audiència de les noves cadenes de televisió.

L'arribada de les televisions privades, però, no va ser la pedra filosofal que algunes productores esperaven. Canal + es limita a contractar alguns serveis molt específics a les productores, com ara retransmissions esportives o realitzacions de reportatges. Tele 5 importa gairebé tota la seva producció d'Itàlia i limita la producció associada a uns pocs projectes cinematogràfics d'escassa entitat. Antena 3, per la seva banda, ha iniciat, en la seva nova etapa, un major contacte amb productores privades, fins llavors gairebé inexistent. La feina de les productores, doncs, continuava limitant-se als canals públics, estatals i autonòmics.

Els concursos

Programes personalitzats com els *talk-shows* i concursos han estat, fins ara, l'aposta majoritària de les productores independents. Algunes productores com Gest Music han esdevingut veritables imperis del concurs. Gest Music, empresa propietat dels components de La Trinca, subministra actualment 12 espais als canals públics de televisió, estatals i autonòmics, programes que abasten 40 hores setmanals de producció televisiva. Gest Music fins i tot s'encarrega, mitjançant Gest Sponsor, de buscar la publicitat dels seus concursos.

Jesús Martín, conseller executiu de Grupo Image, productora que va dur "El precio justo" a TVE, creu, però, que el futur de les productores independents de televisió es troba en la producció de sèries de qualitat, comèdies de situació com "Las chicas de oro", "Cheers" o "Primos lejanos", comèdies que tenen "bons actors, bon guió i decorats senzills i econòmics". Aquesta és la fórmula que Antena 3 TV ha desenvolupat en la seva sèrie "Farmacia de guardia".

Empreses d'estrenes

Un telèfon i una adreça per rebre correspondència. Només amb això es pot muntar una productora. En la majoria dels casos, es donen les següents circumstàncies: ser famós, tenir una bona idea i organitzar una veritable infraestructura de producció. A l'Estat espanyol s'han desenvolupat abans les dues primeres fórmules que la tercera. Moltes estrelles televisives, amb un alt prestigi professional i garanties per escalar llocs als panels d'audiència, van crear la seva productora —o van ser contractats per una— per produir espais destinats a un canal televisiu determinat on abans havien treballat amb èxit, davant les càmeres o bé darrera d'elles.

Les estrelles de la televisió espanyola van trobar

— A Catalunya n'hi ha més de mig centenar, però només una desena treballen per als canals de televisió —

Una resposta professional per a professionals



en la producció associada la forma d'obviar les limitacions salarials de les televisions públiques. Els directius d'aquestes cadenes també se senten lligats per pagar pels procediments habituals les quantitats que demanen les primeres figures televisives del país. "La producció", afirma Javier del Olmo, director de la productora Spinto, "s'utilitza perquè és un bon mitjà perquè els famosos es posin el seu propi sou o, almenys, el negociïn de manera diferent". Els responsables de programació de les televisions públiques amaguen zelosament les dades del cost dels programes realitzats per productores privades. L'aposta per cares conegudes -La Trinca (Gest Music), Julia Otero (Mass Media Luna), Fernando Navarrete (PNN), Concha García Campoy (Infoco), Iñaki Gabilondo (Taula Televisión), Jesús Quintero (Babilonia), Joaquim Maria Puyal (DCo), Salvador Alsius (Cromosoma), Àngel Casas (Foxtrot) o Constantino Romero (Quart)- darrera les productores privades minva les

responsabilitats i preocupacions dels directius dels canals de televisió, a la vegada que redueix els costos laborals de les cadenes i la contractació de l'hipotètic personal eventual que necessitarien per elaborar aquests programes.

Produccions mixtes

El popular i qüestionat programa "Los vídeos de primera" era un bon exemple del valor que les bones idees tenen a l'actual mercat televisiu, dominat per una competència cada vegada més forta. Aquest programa era un bon exemple, també, de la producció associada entre una productora privada, Tesauro, que aportava els vídeos nord-americans i japonesos, i un canal públic, TVE, que facilitava els seus estudis i part del personal necessari per a la realització de l'espai. Un altre cas de producció associada és "El precio justo", concurs nord-americà importat i

— La presència d'estrelles com a propietari, accionista o contractat sembla indispensable —

coproduït per Videomedia i Televisió Espanyola, que aporta la majoria dels mitjans tècnics (estudis, sales de producció i muntatge...). L'èxit d'audiència no es garanteix, però, ni amb la fórmula de presentadors *estrella*, ni amb l'adaptació d'idees desenvolupades a d'altres televisions, perquè, segons afirma Jesús Martín, conseller executiu de Grupo Image, "l'experiència a d'altres països no és necessàriament la pauta de comportament de totes les audiències". Els costums davant del televisor, els gustos, els horaris, no són els mateixos. L'únic tret en comú és la qualitat, "que està per sobre de tot. Un programa amb qualitat tindrà vigència plena a qualsevol país", assegura Martín.

Arriba la crisi

Quan la televisió pública es refreda, totes les productores esternuden. Amb la crisi pressupostària de les cadenes públiques, les productores privades han renunciat als seus desitjos de producció associada amb els canals públics, estatals o autonòmics. La crisi que viu actualment el sector àudio-visual ha provocat el tancament d'algunes productores independents, com ara Foxtrot, de la qual Àngel Casas era conseller delegat. Del mig centenar de productores àudio-visuals que funcionen a Catalunya, menys d'una dotzena aconsegueixen el seu propòsit de treballar per als canals de televisió públics o bé privats.

Mentre la crisi econòmica amaina, les productores han trobat altres camins alternatius, com el disseny de programes fets a mida de patrocinadors comercials per oferir-los posteriorment a les televisions com si es tractés d'espais publicitaris. Aquest és el cas de l'espai "Jeans and rock and roll", esponsoritzat per la marca de texans Levi's Strauss, que actualment emet Antena 3 TV els dissabtes al migdia. Aquesta pràctica, molt freqüent al mercat televisiu nord-americà, encara es troba en procés de gestació al panorama europeu i espanyol. Malgrat la crisi actual que pateix el sector, hi ha indicis per ser optimista. A França el canal La Sept confirma la viabilitat d'una cadena televisiva amb una programació comprada íntegrament a productores. Al Regne Unit, d'altra banda, la BBC ha limitat la seva producció als informatius, i el Channel 4, la cadena de les productores, es confirma com a alternativa televisiva. Mentre aquests fenòmens troben el seu equivalent a Espanya, les productores han de limitar-se a sobreviure compaginant la producció televisiva amb altres ocupacions.

També vídeo industrial

Algunes productores privades, com DCo, no limiten la seva feina a posar un personatge popular davant les càmeres. "La nostra productora", afirma Ramon Fusté, gerent i productor executiu de DCo, "té prou estructura per assumir qualsevol tipus d'encàrrec. La prova

és que actualment elaborem des d'un concurs fins a un programa de debat i reflexió social".

Algunes productores independents compaginen la realització de programes televisius amb la producció de vídeo industrial i amb la producció cinematogràfica. La productora Arsenal Films, per exemple, va realitzar el programa "Arsenal", emès per TV3, alhora que produïa la pel·lícula *Boom boom*, de Rosa Vergés.

La situació ha començat a canviar. L'audiència exigeix, cada cop més, programes de qualitat. El futur de les productores independents passa per la definició de les línies de programació de les cadenes i la seva adequació. La televisió ha esdevingut, des de la implantació de les televisions privades, un camp de batalla. El pastís publicitari s'ha de repartir entre més comensals, els pressupostos es retallen i, consegüentment, les cadenes han de reduir les seves assignacions a la producció pròpia de programes. La funció de les productores és, precisament, aquesta: fer qualsevol dels programes que faria una televisió, però amb la mateixa o més qualitat i amb unes despeses inferiors.

Televisió fàcil, televisió de qualitat

Un dels paràmetres que guien la tasca tant d'Arsenal Films com de La Productora és, segons Raimon Masllorens, director d'aquesta darrera, "intentar involucrar una televisió en la producció de programes de qualitat adreçats a sectors no majoritaris". Mentre, però, canals públics i privades continuen apostant per la televisió fàcil. "Pel que fa a les privades", explica Masllorens, "és una opció lògica: funcionen com a empreses. Les televisions públiques, però, haurien de destinar part de la seva programació, especialment si disposen de segons canals, com La 2 o el Canal 33, a programes culturals". La coproducció amb cadenes europees, explotant l'emissió i distribució de programes durant un temps determinat, es perfila com una de les principals directrius de futur de les productores àudio-visuals. L'associació de productes de diferents països, a més d'augmentar els pressupostos de producció, asseguraria la venda del programa o espais a un canal televisiu de cada país que porti una productora al projecte. Segons Masllorens, "el futur de la televisió passa per les productores. Els canals no poden suportar més les càrregues laborals i d'infraestructura que implica el manteniment d'estudis i personal de producció. Les productores poden ser més flexibles i més competitives sense que la qualitat, que és el més important, se'n ressentí". ●



— **L'aposta majoritària ha estat pels concursos i programes personalitzats, com els talk-shows** —