

## JORNADA UTECA 2012

### JOSE MANUEL LORENZO-PRESIDENTE DE PATE-

#### **“Pasado, presente y futuro de la producción audiovisual en España”**

Me hubiera gustado empezar esta charla, saludando y agradeciendo tanto a la vicepresidenta del gobierno, como a otras autoridades y personalidades su presencia en este foro, pero otras obligaciones perfectamente entendibles, hacen que ya no esté aquí. Así que evitándome el saludo, al menos querría agradecer su presencia y deferencia y su discurso de apertura sintiendo mucho que se pierdan , si no mi ponencia, seguramente evitable, las de los insignes oradores que me sucederán a continuación en este estrado, el Sr. Carlotti h el Sr. Glez Echenique , y es que hoy es bueno que los políticos además de trasladarnos su pensamiento, escuchen lo que tenemos que decirles, aunque de verdad no querría que esto sonara a critica, sino mas bien a una cariñosa llamada de auxilio y atención .

Queridos amigos. Pasado el saludo, y agradeciendo a UTECA su invitación a participar hoy en estas jornadas, No podría empezar esta charla, sin rendir un sincero y profundo homenaje, a nuestro muy querido MILIKI. Desde luego sería imposible escribir la historia de la tv en España sin recordar lo que fué un momento diferente de hacer televisión. Aquella televisión que se permitía producir y difundir programas dedicados enteramente a toda la familia, y donde la programación infantil era también un pilar de la programación.

Mucho ha llovido desde entonces y el panorama audiovisual español ha sufrido una vertiginosa transformación, en un tiempo récord. Aunque esa gran transformación desde lo analógico a lo digital, desde el UHF y VHF, a la TDT, desde los dos rombos a la información digital sobre el contenido de los programas haya supuesto la proliferación de infinidad de canales, y traído, no está de más remarcarlo, cambios absolutamente plausibles (valga mencionar la alta definición), también ha provocado la frustración de muchos al no lograr superar los grandes retos que en cuanto a pluralidad informativa y de contenidos y capacidad de producción se habían planteado.

Y aunque gran parte de la culpa de todos los males que nos ocurren , tienen su fundamento en la enorme crisis por la que estamos pasando, no solo podemos culpar a la crisis , por no ser capaces de producir las enormes transformaciones que seguramente en este sector debamos abordar.

Bien es verdad, que la caída tan brutal del consumo ha supuesto una disminución insoportable de los ingresos publicitarios (de los más de 4000 mill presupuestados para este año en la TV, según los operadores a duras penas se alcanzaran los 2000 mill, y la previsión para el siguiente es todavía ligeramente peor), y la disminución de la publicidad al igual que una rueda que gira sin posibilidad de saber donde empieza y acaba, no incentiva el repunte del consumo.

Los anunciantes deben haber una apuesta para incrementar la publicidad y fomentar el optimismo en el consumo. Deberían de dejar de comprar los impactos a granel. Deberían exigir, y pagar por ello, una mejor utilización de su publicidad.

La televisión a base de revisar sus contenidos y innovar en la comercialización publicitaria debe seguir siendo uno de los principales acicates para la reactivación económica, ofreciendo la mayor eficacia posible, en su conexión con los consumidores, como intermediario entre ellos y las marcas.

Pero no podemos pretender que las cosas cambien si seguimos haciendo lo mismo.

Quizás la crisis está afectando a nuestro mercado televisivo en mayor manera que en otros países, acentuándose aun más lo que podríamos denominar como la falta de un modelo sostenible y coherente.

Si la televisión es un invento reciente, (llega a España en 1959), también lo es la clase media, como cimiento de la bonanza económica. Y si los agoreros discuten sobre si la clase media está en peligro de extinción, me pregunto si no lo estará de la misma manera la televisión, aunque ateniéndome a los datos que dedicamos al consumo (242 minutos, con un crecimiento en los últimos diez años de más de media hora al día), parece que hoy todavía es más necesaria para la población que nunca.

No hay más que mirar los datos del consumo de televisión del pasado domingo.

Así que a esta crisis de deuda, que vivimos, a esta crisis crediticia, crisis de consumo (la que más nos afecta), fractura social y pérdida generalizada de confianza y disminución del optimismo, debemos combatirla con todos nuestros medios, para que no llegemos a lo que podría suponer el principio del fin: la crisis de las ideas. La pérdida de optimismo. La falta de esperanza.

Aunque hoy nos enfrentemos al peor mapa audiovisual imaginable, debemos todos los agentes involucrados, gobierno, anunciantes, operadores y creadores y productores seguir avanzando hacia un modelo sostenible que haga que la televisión no pierda (al igual que vemos está ocurriendo en otros medios) su papel determinante como dinamizador de la sociedad.

Pienso que debemos esforzarnos en vivir esperanzados, intentando doblegar el pesimismo de la razón oponiéndole el optimismo de la voluntad, esa voluntad que también nos permite seguir creyendo en el futuro, y no abjurar de todo lo hecho. (como ese anuncio que incendia internet, realizado para una

multinacional, desafiándonos con razones para ver una realidad diferente , pero también existente. La del éxito de muchas de nuestras empresas más internacionales y que colaboran a dar una imagen muy positiva de nuestro país y su capacidad empresarial (telefónica, zara, iberdrola, ACS, etc), .

Desafortunadamente ninguna de ellas pertenece a nuestro ámbito, y es debido a que durante demasiados años, nos preocupamos demasiado de lidiar con nuestra realidad cotidiana (bastante compleja )lo que nos impide desarrollar nuestras estructuras para poder triunfar mas allá de nuestras fronteras ( logro solo conseguido en honrosas excepciones).

Y aunque pueda parecer contradictorio, ya que al referirme a la TDT en su conjunto, tendría que empezar criticando sus múltiples transformaciones, desde ambiciosas y traumáticas fusiones, provocando una enorme concentración, y que por tanto debe ser mirada con otros ojos, hasta los canales que no alcanzan una masa crítica y por lo tanto incapaces de cumplir con los compromisos que se adquirieron ,al ser beneficiarios de la concesión de las frecuencias de emisión, también tendría que levantar la voz ante el intento de expolio por parte del gobierno sobre algunas de las frecuencias de la TDT , ya que dicha medida no haría más que empeorar las cosas, a lo mejor , no tanto hoy , pero si, si proyectamos la mirada sobre un futuro más esperanzador del que hoy vivimos , y al que deseamos acercamos de la manera más rauda posible.

Es ahí, cuando las cosas mejoren , que lo harán , cuando se significaría la perdida que esa reducción tendría sobre el mercado y sus operadores. Siempre digo que no debemos regular para la crisis , mas bien para impulsarnos a salir de ella.

Mas Iberoamérica. Fue el titular que nos dejo el rey como colofón a la cumbre celebrada la semana pasada en Cádiz.

Desde luego Hay un mercado latinoamericano.

Aunque haya diferencia de acentos y costumbres, no olvidemos que el español es el segundo idioma más hablado en el mundo, con mas de 500 Mill.

Además el español es la lengua mas unificada del mundo, una única gramática, ortografía y diccionario. Ese debería ser un valor que facilitara la expansión mediática.

Pero además, es que hoy, el mundo es nuestro mercado. Nunca tantos contenidos latinos han despertado tanto interés en todo el mundo. Y desde luego las operadoras latinoamericanas nos llevan la delantera. Grupos como TELEVISA o Venevision o la misma telefé se han convertido en grandes distribuidores de sus productos en mercados europeos, asiáticos y norteamericanos. Nosotros sin esa capacidad comercializadora nos quedamos atrás.

Y muchas veces hemos sido nosotros con nuestra peculiar forma de hacer televisión la que ha lastrado nuestro desarrollo, imponiendo barreras locales que ggvvhtnos cierran puertas en el mercado internacional.

Me gustaría detenerme y puntualizar algunas ideas que afectan a la producción de entretenimiento y a la ficción.

Empezando por lo segundo, LA FICCIÓN

Mentiría si no dijera que:

Hemos vivido casi dos décadas disfrutando del éxito incuestionable de nuestra ficción. Aunque la situación actual está poniendo en peligro el mantener e incrementar lo que tantos años nos costó construir.

El tsunami del parón que tanto en la emisión como en la producción, ha supuesto el largo letargo en que se sumió TVE, ha desequilibrado nuestro sistema .

La disminución de la competencia conlleva una menor apuesta, y por primera vez en años empezamos a reducir nuestra tan valorada capacidad de producción, hurtándole a los ciudadanos de la posibilidad de disfrutar de programas que valoran y forma parte de su principal entretenimiento, probablemente en el momento que más lo necesitan, y causando enormes pérdidas a muchas productoras.

Si además consideramos que la única serie que TVE ha producido últimamente se ha producido internamente desde su departamento de ficción, todavía ennegrece más el futuro de los productores independientes.

Esperemos que la nueva gestión que ha comenzado ponga algún remedio a estos males.

Por otra parte ,Quizás no nos quede más remedio que ahondar en una forma que nos permita la reducción de los costes de la ficción, incluidos por supuesto los financieros (hoy tan gravosos en nuestras producciones), buscando nuevas formulas tanto de financiación ,como de contratación y abordando por supuesto una disminución de salarios y como no de beneficios , pero también es verdad que parte del camino para tener éxito en esa tarea, vendría de la tan problemática por parte de las cadenas (como necesaria para los creadores ) ,reducción de la duración de nuestros episodios, acercándonos a duraciones mas standards que permitan una mayor mercado para nuestra ficción.

una vez más TVE (exenta de publicidad, verdadero motivo para extender la duración de las producciones )debería liderar este movimiento. Nuestras producciones mejorarían, su ritmo aumentaría, las historias se condensarían y como no, los costes bajarían.

Incluso la publicidad debería venderse de manera diferente, más adecuada al formato en que ahora se presentaría, para no provocar una merma de ingresos , aunque a veces son los anunciantes los más reacios a entenderlo y comprometerse con ello,

Entretenimiento. Somos el país con mejor capacidad de adaptación de formatos creados fuera de España. Pero seguimos teniendo un enorme déficit en nuestra capacidad de creación, y eso que cuando tenemos la oportunidad

de hacerlo lo hacemos muy bien (valgan como ejemplos, "tu cara me suena" o "operación triunfo").

Pero no estamos preparados para dar oportunidades a la creación de formatos propios, y que a su vez permitirían su adaptación en otros países, con lo que de riqueza eso supondría.

La presión de la audiencia a la que se ven sometidas las grandes cadenas, les resta creatividad y potencialidad en este campo, pero imaginábamos que con la llegada de la TDT esa posibilidad aumentaría, al igual que ocurre en otros países (no olvidemos que "gran hermano" se estrenó en Verónica, un pequeño canal holandés, y uno de los últimos éxitos en el pasado Cannes "stars in danger" se estrenó en proseg, un pequeño canal Aleman).

Pero una vez más, como tantas cosas últimamente, el sueño se durmió, y podría decirse que estamos hoy todavía peor que antes.

Deberíamos establecer un sistema que permita y favorezca la creación. Un mejor contrato entre cadenas y creadores productores, y por supuesto es un buen momento para invitar a esa mesa a los anunciantes, necesitados de encontrar nuevas formulas que convivan y mejoren a las tradicionales.

Hace unos meses un gran amigo y gurú de nuestro sector, me planteó a bocajarro, la necesidad de abordar entre todos los agentes lo que bautizamos en aquella conversación con el ambicioso nombre de: Plan de reactivación de la producción nacional. Algo así como un nuevo libro blanco de la televisión.

No atendí su petición en un primer momento, pero la idea se instaló sin saberlo en mi cabeza, y poco a poco ha ido cobrando peso en mi conciencia, inoculando ideas que permitieran mejorar nuestra posición.

Sabemos que Hoy las televisiones también se enfrentan a una durísima situación, viendo mermado sus beneficios de manera considerable (bien es verdad que viene de obtener durante años beneficios astronómicos, aunque también no es menos verdad que no hay beneficios suficientes para cualquier accionista, como parte intrínseca de su razón de ser.).

Es por ello que en momentos como este, necesitamos una televisión pública fuerte que tire del sector, concentrando sus esfuerzos en la producción nacional y en la innovación...en generar empleo, tanto directo como indirecto. Un TV pública capaz de ayudar a través de sus contenidos y de la internacionalización de los mismos a mejorar, lo que debe ser un esfuerzo de todos, LA MARCA ESPAÑA.

También me gustaría detenerme un momento en la televisión de pago, aunque no esté hoy representada en este foro. Pero me refiero a ella desde lo que puede suponer de cara a la producción.

. La penetración de TV de pago en nuestro país es muy inferior comparada con otros países similares.

A pesar de su esfuerzo ultimo con el fútbol, el IVA al que se ve sometido impide a todas luces su crecimiento.

Por otra parte También es verdad que su falta de compromiso con la producción nacional es preocupante.

Y en un momento en que telefónica apuesta en Iberoamérica por la televisión de pago, con presencia en más de 22 países:

¿, no deberíamos buscar estímulos para el desarrollo de la tv de pago, a cambio de un mayor y definido compromiso por la producción nacional?

También deberíamos intentar solucionar la Difícil y tortuosa relación entre cine español y televisión.

Asumiendo que sin la ayuda de las televisiones el cine español habría sucumbido, tendremos que abordar en este ámbito transformaciones que no pongan, en peligro su futuro, y fomenten la creatividad y la pluralidad.

Entre las televisiones y las productoras de televisión debe primar una profunda amistad, y no hay buena amistad que no se cimiente sin desavenencias ni discrepancias ocasionales.

Así que antes de terminar, y aunque en algún momento pueda pecar de reiterativo me gustaría reflejar algunas de ellas, como agente provocador y con la intención de que sirvan de modelo de discusión.

Financiación de las producciones.

Las cadenas como dueñas absolutas de los productos, durante muchos años avanzaban un porcentaje del coste de producción a las productoras, lo que facilitaba el desarrollo de todo el sector.

Abandonaron esa práctica, pero al menos financiaban la producción. También abandonaron esa práctica, y cayó sobre las productoras el peso de la financiación. Al principio, y creímos que sería para siempre, no importó demasiado. La financiación se conseguía barata y con facilidad.

Hoy desafortunadamente, los elevados costes de la financiación, sumado a la merma casi escandalosa de beneficios por producción, han puesto a todo el sector de la producción en una situación insostenible para muchos.

Por no quedar, ya ni quedan las bonificaciones económicas, que las productoras podían obtener de las cadenas, ligadas al éxito de los programas, y que suponía un importante revulsivo a la hora de asumir riesgos por parte de las productoras.

Cambio de modelo productivo. Estamos obligados a renovar en profundidad la forma en que hoy establecemos los contratos, tanto los que firmamos con las cadenas, como aquellos que nos unen con todos los que forman parte de la producción, los equipos técnicos y artísticos. Todos estamos siendo sometidos a reducciones salariales, que en su justa medida y si ello no va en detrimento de la calidad y el numero de producciones, sería creo que aceptable por la mayor parte de los participantes.

Menos costes, pero más producciones, sería la mejor manera de no perder nuestro potencial creativo y nuestra fuerza de trabajo.

Mayor internacionalización. Deberíamos incrementar los estímulos y ayudas para aumentar nuestra presencia en el mercado internacional.

Deberíamos unir fuerzas para mejorar la distribución de nuestros productos. Sería una pequeña inversión al lado del beneficio que podríamos obtener.

Seguimos abordando el mercado internacional como cual QUIJOTES, y así nos va. Pero todo podría ser diferente.

Aquí también apelo a que TVE, como la televisión de todos y sufragada también con nuestros impuestos, y de acuerdo con otras instituciones públicas (ministerio exteriores, ICEX, cultura, instituto Cervantes, etc), adecuen los recursos necesarios para incrementar y mejorar nuestra presencia internacional

Creación de formatos (las TDT casi no producen). Las productoras no tienen capacidad de financiación ni oportunidades para apostar por creación.

Y no puedo dejar de llamar la atención sobre la Regulación en cuanto a la explotación de los productos. Haciendo hincapié en esa nueva segunda pantalla, con la que ya el 60% de la gente ve la televisión.

La televisión debe no perder la oportunidad de hacer del consumo en internet y las redes sociales parte de su modelo de negocio. Internet se integra en el corazón de la televisión, y debemos actuar en consecuencia, para que no sea el comienzo de una nueva crisis (como ha ocurrido en otros medios).

Deberíamos abogar por una más justa situación con respecto a los derechos. La reversión de derechos en un justo porcentaje a los productores de los programas que crean y fabrican debería cuanto menos que ser considerada.

Nosotros los productores Creemos que la balanza se decanta injusta e injustificadamente del lado de los operadores. Los productores y creadores creemos tener derecho a una mejor consideración sobre nuestro trabajo, y seguimos convencidos, que al igual que ha ocurrido en los países que lo han entendido y se han aplicado a ello, esto redundara en mejoras económicas para todos.

Y antes de dar paso a una de las personas que más ha contribuido a la positiva transformación de la televisión durante estos años, y que además de ser un magnifico, mordaz y divertido orador, ha demostrado ser un vigorosamente exitoso gestor, y para mi, como amigo, una gran persona, me refiero claro está al Sr. Mauricio Carlotti, que me sucederá en este atril.

Si lo mejor del 2012 es que está a punto de terminar, como nos decía el Sr. Taberner en su matutina intervención. No me gustaría añadir a ello, que lo peor del 2013 es que está a punto de comenzar.

Así que en forma positiva formulo un deseo, inspirado libremente en un verso de Cavafis

"Los hombres conocen el presente, pero del futuro solo los sabios captan lo que se avecina, y a él atienden reverentes."

Ojalá esos sabios llamados a escribir con trazo grueso las líneas maestras por donde debe discurrir lo audiovisual, se iluminen y alumbren un sector que día a día se tiñe con una densa e incomoda niebla, aunque no tan densa como para no poder ser despejada.