



ENTREVISTA A TONI SOLER

Director Minoria Absoluta

REINALD BESALÚ

MAIG 2017

“No som gent d'exportar i importar formats, som gent que ens agrada fer els nostres propis productes partint de zero”

Minoria Absoluta és una productora que s'associa sobretot a programes com *Polònia* o *Crackòvia*, però en realitat també fa ràdio, teatre, edició... Per què han apostat per aquesta diversificació d'activitats?

És el reflex del nostre tarannà individual i col·lectiu. Som gent de perfils molt diversos, d'àmbits molt diferents i, per altra banda, la diversificació ens sembla estratègicament important. Aquest és un món, tal i com diu el tòpic, de transformació i de moviment constants, d'acceleració de canvis, i per tant anem explorant el terreny. I també és una qüestió de temperament, de satisfer inquietuds. Per exemple, la revista *El Món d'Ahir* respon a una dèria meva. L'aposta pels documentals és un tema d'en Paco Escribano, que el domina molt. Ara estem movent fils en el terreny de la realitat virtual i de l'animació per veure si és una bona opció per a nosaltres. **Per una productora és molt necessari explorar diferents terrenys, i nosaltres, que hem tingut la sort de tenir dos programes que han aguantat més d'una dècada (i això no passa mai), ens hem de preparar per quan no hi siguin.**

A més, han sabut crear sinergies entre aquestes activitats: teatre amb personatges del *Polònia*, o programes de ràdio que beuen dels de televisió...

Totalment. La nostra matèria primera és el talent, la creativitat. Fins i tot la revista ens posa en contacte amb gent que escriu o il·lustra molt bé, o els temes que tractem a la revista després poden servir per un documental. És molt important reunir gent que fa coses de forma creativa, gent versàtil. Per descomptat que en tele, ràdio i teatre els vasos comunicants són molt clars. Som molt de portes obertes, no ens hem considerat mai una empresa amb sentiment de clan, no limitem, al revés, afavorim que la gent faci coses fora de la productora perquè el contrari és una estratègia suïcida. És important que la gent que treballa aquí no estigui forçada i que senti que la creativitat està molt ben valorada.

Recentment han estrenat el portal En Minoria, amb continguts específics per internet. A què respon aquesta aposta? És més aviat una experimentació o hi ha una línia de negoci al darrere que els permet treure'n rendiment?

No, no creiem que això ens salvi la vida! És una finestra per donar sortida a la munió de gent que hi ha fent coses divertides a internet i, en la línia de la sinergia, per captar talent. Hi ha coses que surten a En Minoria que podrien evolucionar cap a programa de ràdio o tele i coses que no, però en tot cas a nosaltres ens serveix de laboratori, i a Minoria Absoluta li serveix per reforçar la seva marca, perquè hi ha un públic que consumeix aquests continguts i que el *Polònia* o el *Crackòvia* li semblen una cosa del segle XX. Per la marca és important. Nosaltres **tenim el problema que l'èxit del *Polònia* tendeix a canibalitzar la marca Minoria Absoluta, i ens era important mostrar que Minoria Absoluta és *Polònia*, però que també està oberta a fer moltes més coses.**

Tot i això, tant *Polònia* com *Crackòvia* són dels programes de televisió amb més públic jove...

Sí... és un trist consol! A tots se'ns està envellint l'audiència, és evident, i nosaltres estem lluitant amb aquests programes sent molt presents a les xarxes. **Fem continguts específics per a xarxes que ara mateix no tenen una monetització clara, el retorn econòmic està per veure. Però has de ser allà per quan es desencalli, hem d'estar preparats per quan aquest "part" llarguíssim de nou model de l'audiovisual es produeixi.** Però ara mateix tot és un enigma i és molt complicat de saber, i més en un mercat petit com és el català, en un mercat gran tot és més fàcil.

Com mouen els programes més enllà de l'emissió lineal? Ho pacten amb les televisions?

Sí, perquè la televisió és la propietària del copyright. Nosaltres faríem més coses de les que fem. Tenim un *community manager* que està molt actiu a les xarxes i ho fem a banda de l'estratègia comunicativa de la televisió. Tot i que el retorn que pugui tenir està per veure, creiem que és la nostra obligació fer-ho. TV3, per exemple, és com un transatlàntic, i nosaltres som petits, àgils, i costa una mica coordinar-se. És veritat que **hi ha una reivindicació històrica de tota la gent que produïm per TV3 de gestionar el rendiment del nostre producte a les xarxes**, una reivindicació creixent a mesura que TV3 ha anat retallant el marge de benefici industrial, perquè una manera de compensar seria que ens deixessin comercialitzar el que fem a les xarxes, però és una disposició que encara està oberta i pendent.

Un debat obert és fins a quin punt les productores podrien participar en l'explotació dels drets, no tan sols en les xarxes, sinó en les vendes internacionals dels programes. Estarien d'acord amb aquesta fórmula d'assumir part del risc, de vendre més barat a les televisions a canvi de compartir els drets d'explotació internacionals?

Vendre més barat ja ho hem fet, la rebaixa ha estat continuada, en primer lloc amb una disminució del percentatge del benefici industrial gairebé a la meitat, i amb la rebaixa general que hi ha hagut de preus, que ha repercutit en els salaris de la gent i en tot. I després passa com en la resta d'àmbits, on la situació econòmica remunta, però els

salari i els preus es queden igual, i és un veritable problema. Amb la catastròfica situació de TV3 tampoc pots demanar res, i estàs en una mena de xantatge perquè és l'únic client amb productes tipus *Polònia*... Nosaltres hem buscat una altra mena de clients i hem treballat per Fox, Discovery Max, Antena3, La Sexta, TVE... Hem fet teatre, **intentem fer tot el que està en les nostres mans per no dependre de TV3, però és evident que és un client de Barcelona, que parla en català, que és importantíssim, i patim les conseqüències de la seva difícil situació.**

Quin percentatge de facturació els suposa la seva col·laboració amb TV3?

Ha baixat considerablement, perquè per sort hem fet més coses, però és més de la meitat. Abans era gairebé el total.

Les maneres de treballar amb les altres cadenes d'abast espanyol són diferents?

Quan hem intentat fer programes d'entreteniment ens hem trobat amb més intervencionisme i més censura, o autocensura, o més aviat "censura preventiva" per evitar problemes. Però ara ja fa temps que no ens volen, suposo que la nostra fama ens precedeix. El que hem fet últimament són programes tipus documental, o de ficció, i ens ha anat molt bé sempre i hem treballat bé amb tot tipus de cadenes. Però quan hi ha contingut susceptible de ser polèmic la veritat és que amb TV3 tens uns marges molt alts.

I això ha estat sempre així independentment de la direcció de cada moment?

Sí, sempre així excepte en moments de molta crispació. Però **la llibertat que ens ha donat TV3 l'hem corresposta amb molta responsabilitat**, no hem estat un programa que hagi buscat la provocació gratuïta, crec. Som un programa que podem haver patinat, perquè en deu anys i fent quinze esquetxos a la setmana, quaranta setmanes l'any, potser hi ha hagut alguna coqueta... però en general hem intentat no caure en la provocació fàcil, i TV3 ho ha valorat i premiat confiant molt en nosaltres. TV3 és més perepnyetes quan alguna cosa l'afecta a ella mateixa: quan fem algun gag de RAC1 salten alarmes, o un gag de *La Marató*... però sempre hem dialogat molt bé amb la direcció de TV3, partint de la base que ells són el nostre client i han de confiar en nosaltres.

I l'intervencionisme de les televisions espanyoles ho és només respecte dels temes tractats o també respecte dels processos del programa, de la manera de funcionar?

Els aposten sobre segur. Hi anem amb una proposta sempre acompanyada d'un *teaser*, és a dir, gravem un petit pilot, i si ens diuen que sí, ho tirem endavant. Hi ha un control previ sobre el producte. Vam fer *La escobilla nacional* i *Señoras que*, un programa d'esquetxos, i d'humor ja no hem fet res més. Després el que sí que hem fet és ficció i documentals.

A nivell global, la tendència va cap a la integració de productores en grans grups. Els interessaria formar part d'algun procés de fusió, integrar-se en un grup més gran? Els ho han ofert mai?

Mentre tinguem autosuficiència financera, que l'hem tingut sempre, no ho veiem gaire clar, tot i que jo crec en la concentració d'empreses, i **crec que Catalunya necessita**

empreses de comunicació grans, però fins al punt de vendre'ns i supeditar la nostra estratègia a la d'un gran grup no, perquè és una limitació. Jo preferiria que nosaltres fóssim grans, no per ambició, sinó per poder fer coses, com l'*Ara* o una revista trimestral, i augmentar l'oferta en català. **No som gent d'exportar i importar formats, som gent que ens agrada fer els nostres propis productes partint de zero.** No acabo de veure-hi els avantatges.

Com van sorgir les col·laboracions amb la Fox? Com les valora dins del context de Minoria Absoluta?

Amb la Fox hem tingut dos tipus de relacions. Primer amb Fox Internacional, que buscava pel seu canal a Espanya una productora solvent per fer un programa sobre els millors xefs del món. El fet de tenir Paco Escribano, amb la seva experiència, els seus contactes i la seva solvència com a productor ens ha ajudat molt a fer aquesta sèrie, *The World's Best Chefs*.

D'altra banda, hi ha hagut el tema del *Crackòvia* a Amèrica, que parteix d'unes converses inicials amb en Jaume Roures, que ens va posar en contacte amb la seva delegació als Estats Units, Imagina US, i són els que van moure el producte per diverses cadenes fins que el vam vendre a la Fox. El que passa és que nosaltres volíem continuïtat, i només ens han volgut per esdeveniments especials com la Copa Amèrica, no pas per la lliga regular. Tot i així, sempre és interessant. Econòmicament no és gran cosa, però ajuda a reforçar la marca *Crackòvia*, i que a fora tingui tant de nom en el fons ajuda al *Crackòvia* català.

És curiós això que explica sobre Jaume Roures, productor i en certa manera competidor seu amb qui, en canvi, estableixen col·laboracions.

Sí, sempre hem tingut molt bona relació. Ell tenia els drets en el futbol i un dia li vam dir: "no es podria fer un *Crackòvia* europeu, sobre la Champions?". Vam estar parlant i va explicar que és difícil, perquè a Europa cada país és un món, però que en canvi a Llatinoamèrica potser sí, i aquí va sorgir la idea.

Nosaltres sempre hem treballat amb altra gent: amb Onza Partners, responsable de la sèrie "el ministerio del tiempo", per desenvolupar conjuntament productes de ficció, amb Dagoll Dagom pel musical de la Família Real... Ens agrada treballar amb altra gent i aprendre'n, i ho hem fet en moltíssimes ocasions.

Movistar s'ha convertit en una de les grans empreses de l'audiovisual espanyol. Ho veu com una amenaça o com una oportunitat, ja sigui per vostès o pel conjunt del sector?

A nivell de mercat és un tema que em depassa, però crec que acabarà essent bo, perquè **el que passa ara no és positiu, i és el duopoli i el seu domini comercial, i com esclavitzat tothom amb les seves pràctiques.** Movistar és un client, com ho és Netflix o Amazon, i tenim molt en compte aquestes plataformes a l'hora de pensar en fer productes d'àmbit espanyol, o llatinoamericà, hem d'intentar aprofitar-les.

Es plantegen, doncs, poder treballar amb Netflix o Amazon?

Tant de bo! A més, amb aquestes plataformes no tens l'esclavatge de les audiències. Fas la sèrie, l'empaqueten i l'emeten quan volen, es treballa d'una altra manera.

Com creu que les televisions convencionals haurien de fer front a aquests nous competidors?

Jo formo part d'aquest segment de públic que ha deixat bastant la televisió convencional. A mi, que des de sempre m'ha agradat molt la ficció, les sèries i les pel·lícules de les televisions, ara la televisió de flux no m'interessa gaire. Em miro el *Polònia* i el *Crackòvia*, perquè ho haig de fer, però no miro cap programa d'humor, ni talent shows, ni programes de coaching, ni de xefs... No m'interessen, sóc dels qui ha abandonat la tele convencional, excepte per mirar informatius i esports en directe. Però a les televisions convencionals tampoc les veig gaire preocupades, perquè l'audiència s'envelleix i el que vulguis, però la publicitat se'n va tota cap allà i sembla que seguirà sent així. És possible que s'hagin de plantejar fer els seus propis continguts a la carta, però **ells han de mirar de ser insubstituïbles en les cites, les "cites setmanals", en el que s'ha de veure aquell dia, en el directe. És el que forma part del seu atractiu.** Posar una sèrie boníssima un cop per setmana és una rutina que la gent jove no l'accepta, en canvi si han d'eliminar un concursant de *Supervivientes* ha de ser aquell dia.

Com diria que està el sector audiovisual a Catalunya en general?

La meva sensació és que hi ha més talent del que podem absorbir. Veig un desembarcament constant de directors, actors, il·luminadors, guionistes, muntadors... a Madrid. **Som un país amb superàvit de talent, que dit així sona molt bé, però en realitat és una desgràcia, perquè no tenim indústria per respondre-hi.** El normal seria tenir els diners suficients per tenir una televisió pública a l'alçada de la danesa, que fes una bona programació i que generés activitat al seu voltant. Això crec que acabarà passant amb el temps, perquè TV3 necessita una reforma en profunditat. És veritat que la crisi ens ha afectat enormement, però també ens ha fet espavilar, ha malferit però a la vegada ha enfortit. El que espero del procés polític que estem vivint és que Catalunya tingui sobirania audiovisual, que a banda d'esdevenir un estat independent, o no, sigui l'estat català qui decideixi com s'organitza l'espai radioelèctric, qui emet a Catalunya i amb quines condicions (com produir un percentatge important en el territori, com produir un percentatge important en català, etc.). **Si tu manes en l'espai radioelèctric de Catalunya pots dir-li al duopoli: "estem encantats que emetin a Catalunya, però a canvi han d'invertir en la televisió, han d'invertir en produir a Catalunya, han de fer tantes hores de televisió en català..." I això qualsevol país normal amb poder ho faria.** I espero també que, de tot això, en sorgeixi una TV3 reforçada, i un canal privat d'àmbit català més comercial, possiblement bilingüe, per cobrir un flanc diferent al de TV3, que li faci competència i animi el mercat.

I creu que un mercat relativament petit com és el català pot suportar l'existència de dues televisions?

Hi ha maneres alternatives i més senzilles de fer tele. La televisió privada podria ser de proximitat, barcelonina, molt comercial... S'ha d'explorar.

Comentava abans la importància d'una televisió pública potent que pugui generar indústria, per tant vostè està a favor d'una TV3 que segueixi sent motor de l'audiovisual a Catalunya?

Sí, per descomptat, per a què serveix sinó? Hem de pensar en l'espectador, li hem d'oferir productes de qualitat.

I això vol dir anar a buscar-los fora de la tele?

Alguns sí i altres no. El que és impensable és que tinguis un equip que fa una sèrie, després el posis a fer un concurs i després un programa d'esports. TV3 no té ni l'agilitat ni la flexibilitat d'assumir el repte d'anar renovant una graella constantment. Per tant, el més normal és que siguin les productores qui assumeixin aquest risc, sabent que si un programa no va bé "se'l mengen amb patates".

Per tant, està sobredimensionada TV3 pel que fa a la plantilla? Hauríem d'anar cap a un model amb plantilla més reduïda, centrada en informatius i una major externalització de programació?

Sí, per a mi se'ns dubte. Però és molt complicat, i això ho veu qualsevol persona que estigui allà. A més, hi ha un altre problema: mentre tot això dura, TV3 no contracta ningú, i això vol dir que la mitjana d'edat de la plantilla va creixent, i mentrestant tota la gent que surt de la facultat no opta a la televisió. Sembla evident que **durant un determinat moment va haver-hi un canvi en el model audiovisual, i TV3 no va saber adaptar-s'hi i ara ho estem pagant.**