

La producción de documentales en la multidifusión digital

POR LARRY LEVENE

La producción de documentales ha tenido una larga y fructífera historia en España. Utilizo el pretérito perfecto porque nos encontramos ante algo mucho más complejo que una profunda crisis: afrontamos una auténtica reconversión, casi reinención, de la manera de producir documentales.

El origen más inmediato de esta dramática encrucijada, en la que ya ha perdido la vida alguna de las productoras españolas de más larga vida, experiencia y éxitos, está en las nuevas rutinas y formatos que impone la multidifusión digital. Una multidifusión digital que es hija -o mejor, hermana gemela- de la globalización a la que da lugar Internet, pues es la existencia de la Red la que posibilita la multiplicación de plataformas de difusión de los productos audiovisuales. Globalización y multiplicación de plataformas que han supuesto la creación de una gigantesca audiencia potencial, pero con dos rasgos característicos que, unidos, han acabado resultado letales para la producción de documentales españoles: el dominio absoluto del inglés como idioma de la Red y la dificultad para crear valor para todo productor audiovisual y, desde luego, para los productores de documentales que -al menos hasta el día de hoy- tienen las plataformas digitales.

Los orígenes de la crisis

En España se ha consolidado la cultura del 'gratis total' a la hora de acceder a contenidos audiovisuales. Y mucho más entre los jóvenes, el sector de la población más ávido de contenidos, que pueden acceder fácilmente de forma gratuita a las mejores películas producidas en cualquier país y cualquier idioma, a las mejores series de ficción televisivas... No resulta sorprendente que no se planteen pagar por un documental de los pocos que ofrecen las plataformas de pago.

Otro de los orígenes está en que la producción documental española, por razones de idioma, tiene de partida un mercado, en términos económicos, muy reducido. Y ello a pesar de ser el español el tercer idioma más extendido en el planeta y el de mayor crecimiento. Pero los precios que se consiguen en esos mercados donde se habla español son comparativamente muy inferiores a los que se manejan en Europa y en el mundo anglosajón, siendo en muchos casos auténticamente irrelevantes.



Queda entonces el mercado nacional como casi el único con que financiar un documental producido en España. Un mercado que es prácticamente en exclusiva televisivo, pues no hemos conseguido -y algo de culpa tendremos los productores en ello- llevar al público a la gran pantalla a ver documentales. Recientemente y partir de loables iniciativas en Barcelona y Madrid un reducido número de salas ha empezado a programar documentales, pero la casi totalidad de los mismos son de producción extranjera. Las subvenciones públicas, limitadas en la práctica en el caso de los documentales a las ayudas a proyectos que concede el ICAA del Ministerio de Cultura, sí pueden viabilizar los proyectos concretos que consiguen subvención, pero en ningún caso pueden garantizar, ni de lejos, la vida de una productora.

La razón estriba en que, al depender de la compra de derechos por parte de las televisiones en España, un productor español de documentales difícilmente puede afrontar los costes que supone proyectar en salas de cine, por no hablar de costes de promoción en prensa o publicidad, imprescindibles para la vida comercial en la gran pantalla. Y ello porque la multiplicación de cadenas y la consiguiente fragmentación de las audiencias ha traído aparejado un dramático descenso de los precios que pagan las pocas televisiones que programan documentales, bien por adquisición de derechos o bien participando como coproductores, tendencia que ha alcanzado el paroxismo con la proliferación de emisoras asociada a la implantación de la TDT.

Hoy son solo TVE y Canal +, entre las de ámbito nacional, las cadenas que siguen emitiendo y participando en documentales españoles. La cadena de referencia, TVE, paga hoy, y según datos de nuestra propia productora Es.Docu, un máximo de un 25 por ciento de lo que pagaba en el año 2000 por un documental de una hora.

Reducción de costes, internacionalización y multidifusión

Recapitulemos. Para producir documentales en España, el productor solo cuenta con una televisión en abierto y una de pago -las cadenas autonómicas, especialmente las de autonomías que cuentan con idioma propio, participan prácticamente en exclusiva, en documentales de temáticas relacionadas con su Comunidad- y sabe que los precios que pagan estas difícilmente pueden viabilizar un documental de calidad. Sabe que no tiene acceso al estreno en salas y, por tanto, a la taquilla. Y por último, no puede contar con ingresos relevantes del mercado internacional que habla español.

Ante este panorama, solo tiene tres posibilidades para sobrevivir; mejor dicho una, que es la combinación de esas tres: reducir drásticamente costes, internacionalizarse buscando coproductores en los países donde la tradición del cine documental tiene mucho más peso y multiplicar las plataformas en las que difundir sus documentales, a la espera de que en un futuro pueda rentabilizar esa multidifusión.

Aquí es necesario hacer una distinción que ya apuntábamos al hablar de las subvenciones públicas, entre lo que podríamos denominar industria del documental, esto es, entre las productoras que viven de hacer documentales y los productores que hacen esporádicamente un documental. Todos conocemos casos de directores y productores que empeñan años de su vida y su patrimonio para hacer un documental, pero ninguno de ellos puede vivir de hacer

documentales.

Volvamos a las posibilidades de supervivencia, empezando por la reducción de costes. En materia de costes de producción asociados tanto al material de cámara y sonido para la grabación como a la posproducción, también se ha vivido en la última década un proceso de reducción muy acentuado. Un proceso directamente asociado a la digitalización de los procesos de forma que hoy podríamos decir que el cien por cien de los documentales se rueda y se posproduce digitalmente. Y con unos medios que día a día ofrecen mejores prestaciones a menor precio. La multidifusión digital ha hecho posible además -ha exigido, de hecho- la generalización de unos estándares técnicos comunes, desde archivos digitales de grabación hasta códecs de transcodificación, que acortan notablemente los tiempos y abaratan los costes.

Pero no olvidemos que hablamos de medios materiales. Siempre necesitaremos un guionista, un director, un equipo -por más que sea mínimo- de rodaje, un montador, un músico...

Y así, muchas veces la imprescindible reducción de costes impone la existencia de hombres orquesta que escriben, producen, dirigen e incluso operan la cámara; unas cámaras que, dicho sea de paso, cada día son más accesibles para los profanos. No obstante, los productores somos conscientes de que estos dos procesos unidos y llevados al extremo van en detrimento de la calidad del producto final. Y así retroalimentamos el círculo vicioso, pues con esas calidades nunca se podrá acceder a las salas de cine, ni a las coproducciones internacionales.

Siempre será posible subir a la Red, que no exige calidades mínimas, documentales hechos con escasísimos medios, y algunos triunfan y triunfarán, pues la creatividad y el genio no dependen exclusivamente de los medios con los que se cuenta para producir. Pero esa difusión rara vez revierte en algún tipo de ingreso para el productor. Tan solo, si acaso, en fama para el director.

Conclusiones

Primera conclusión: beneficiémonos de la reducción de costes que las nuevas tecnologías ponen a nuestra disposición, pero sin por ello arriesgar la calidad de nuestros documentales. Ello es difícil pero posible, pues todos conocemos los estándares internacionales de calidad que dan acceso a vida cinematográfica e internacional de un documental.

Continuemos con la necesaria internacionalización. Visto el panorama nacional, las productoras españolas de documentales que hemos sobrevivido lo hemos conseguido gracias a que nos internacionalizamos a tiempo.

Ahora bien, la internacionalización no solo es un reto; tiene sus condiciones. La primera afecta a las temáticas. El tema de un documental con vocación internacional puede ser local, pero su audiencia potencial tiene que ser necesariamente global, universal. Y en segundo lugar, un productor español que quiere internacionalizarse sabe que tiene que rodar en inglés. Solo así, con temáticas que interesen globalmente y rodando en inglés podemos acceder al mercado internacional, tanto de coproducción como de ventas, de manera que podamos hacer rentable



la producción de documentales.

Y desde ya, con constancia y con infinita paciencia, debemos estar presentes en cuantas plataformas faciliten la difusión digital de nuestros documentales. Valgan de botón de muestra las páginas web de las televisiones donde se vuelven a emitir los documentales recién emitidos y en las que cada día más crecen las audiencias. Solo subiendo sistemáticamente a la Red nuestros documentales en cuanto acaban su recorrido convencional de emisión podremos acostumbrar a esa inmensa audiencia potencial a ver documentales; y solo así, si algún día se consigue 'monetarizar' esa multidifusión digital, se podrán obtener ingresos por esa vía para los documentales que producimos. En esta línea, la Asociación de Productoras de Documentales a la que pertenezco, ADN, lleva varios años empeñada en la creación de una página web en español e inglés, *Spanish Docs*, en la que colocar toda la producción española de documentales. Lamentablemente, no hemos conseguido aún la financiación necesaria, pública o privada, que la haga posible.

En resumen: el nuevo panorama que la multidifusión digital ha traído al mundo de la producción documental ha reducido drásticamente los ingresos que podemos obtener en el mercado nacional, posibilitando en paralelo una importante reducción de tiempos y de costes, y nos ha empujado a la internacionalización de nuestros documentales y a la máxima utilización de la multidifusión que las plataformas digitales posibilitan.

