



Entrevista a Carlos Biern

Del dossier:

Tercer informe de la producció audiovisual a Catalunya (2012). escenari de crisi

*Entrevista realitzada el febrer de 2013, via correu electrònic

Carlos Biern (Madrid, 1973), és actualment president de la Federació Espanyola d'Associacions de Productores d'Animació (Diboos) i Conseller Delegat de BRB Internacional.

- *En aquests temps de crisi, com definiria la situació de l'audiovisual a Catalunya? Hi ha alguna diferència amb l'audiovisual espanyol? I amb l d'altres països europeus?*

A Catalunya s'ha avançat força en els últims anys gràcies a l'esforç de les autoritats culturals i de la televisió per buscar conceptes que innovin i busquin un públic internacional.

- *Quina és la salut de la producció d'animació a Catalunya? Quines diferències hi ha amb la resta de l'estat i altres països europeus?*

S'ha comprès a Catalunya que la importància de l'animació va molt més enllà de l'aprenentatge d'una llengua. Animació, videojocs i tabletas són el dia a dia dels nois de qualsevol país del món, avui. Aquells productors que han sabut adaptar-se segueixen avançant i els que no ho han fet, queden pel camí.

- *La crisi econòmica, ha agreujat més els problemes de l'animació que per a la resta de l'audiovisual d'aquí? Hi ha problemes específics de l'animació?*

L'animació té avantatges sobre la ficció perquè no entén de territoris i pot optar a una audiència global. El consum d'animació creix i creix a través d'internet i de l'obertura de nous canals. Crec que tenim un problema de formació important quant a preparar els nois en el desenvolupament de contingut digital. Hi ha molts llocs de treball que es podrien cobrir.

- *La crisi afecta de manera diferent l'animació per a cinema i l'animació per a televisió? Les estratègies per a fer-hi front també són diferents?*

Les llicències de marxandatge són més complicades per al cinema si no existeix un *brand* o una marca coneguda, i aquí la distribució nord-americana arrasa sobre qualsevol producte europeu. Per contra, el màrqueting a nivell mundial d'un bon llargmetratge és imbatible fins i tot tenint un desenvolupament espectacular de joguina multinacional.

- *Per on creu que passa el futur de la animació per a televisió?*

Per recolzar els continguts educatius interactius i buscar un públic absolutament internacional a través d'internet.

- *En quina mesura afecten a la producció animació (i especialment per televisió) les retallades de les institucions públiques?*

Si les arrels dels canals nacionals d'animació no estan basades en contingut local, com a França, Corea, Canadà o Anglaterra acabarem sent l'aparador perfecte per a aquests països i Estats Units. La poca inversió que es fa anirà a aquests països i no es crearan aquí llocs de treball ni sinergies amb altres processos industrials nacionals o europeus com l'editorial, la joguina o els videojocs.

- *Quin és el pressupost mitjà amb què compta avui dia una producció de animació per televisió?*

Per a una sèrie podem parlar de 4 milions d'euros i per a cinema entre 5 i 10 milions per a una producció que dura més de 24 mesos habitualment.

- *Quines són les fórmules de producció amb les que s'està treballant actualment des de BRB Internacional i altres productores dedicades al gènere d'animació? Quina és la tendència a què obliga la situació?*

Estem treballant en sèries amb marques ja conegudes en l'àmbit del videojoc, com ara "INVIZIMALS", l'editorial "MICA" o la joguina "FILLY" i amb una estratègia molt clara a nivell internacional i interactiu de potenciar les nostres marques més conegudes com BERNARD o DARTACÁN I ELS TRES MOSQUEPERROS en l'àmbit cinematogràfic. Creiem que en el gènere interactiu les nostres sèries aniran més enllà amb la incorporació de la realitat augmentada, tal com vam fer prèviament en la estereoscopia.

- *Quin és la relació del sector amb la televisió pública (catalana i espanyola), la privada (catalana i espanyola) i amb els europees?*

Des de DIBOOS (Federació de Productores d'Animació Espanyoles) s'està treballant per donar estabilitat al sector i començar a considerar-ho un sector estratègic, a través de convenis amb les productores que alimentin la programació. A Europa seguim treballant amb totes les cadenes, tant públiques com privades, arribant fins i tot a coproduir amb les grans empreses nord-americanes com Disney, Cartoon Network o Nickelodeon als Estats Units.

- *Quines perspectives es presenten a l'animació en les programacions de televisió generalista a Espanya i Europa? Cal posar obligacions?*

L'animació tendeix ja a estar només en canals específics temàtics en digital. La rendibilitat de les sèries que vénen d'Estats Units o Japó està ja garantida al seu propi territori, per la qual cosa usar de finestra les nostres televisions - gairebé regalant el producte- serà bo per a les televisions, però fomenta un problema més important per al país, quant a desenvolupar el sector, l'ocupació i les sinergies amb altres indústries.

- *Quina relació manté la indústria autòctona d'animació amb els programadors de canals temàtics?*

La relació és fluida i constant a nivell internacional.

- *L'existència de molts circuits de distribució, com Youtube, Vimeo, etc, és bona per el vostre tipus d'animació, o pot ser perjudicial?*

Cada vegada es consumeix més animació a través de tots els dispositius. Qualsevol hora és bona tenint una tableta o un smartphone. Això és boníssim!

- *Quina és la situació respecte a les noves fórmules de distribució via Internet?*

Cal donar a l'audiència allò que demana en el moment en el qual ho demana. S'acabaran aviat les barreres d'idiomes o límits geogràfics i la interactivitat obrirà noves finestres mai pensades quant a rendibilitzar la inversió.

- *Less noves tècniques i tecnologies per al disseny i producció d'animació, faciliten la producció? L'abarateixen?*

El desenvolupament de R+D ajuda a convertir els processos més complicats en simples. Més qualitat en menys temps. La formació per desenvolupar-ho ajuda a reduir costos i processos, sens dubte.