

# COM FER UN PROGRAMA PER A TELEVISIÓ

**DE LA IDEA AL FORMAT**

Enric Violan

Segona  
edició

# COM FER UN PROGRAMA PER A TELEVISIÓ



# **COM FER UN PROGRAMA PER A TELEVISIÓ**

## **DE LA IDEA AL FORMAT**

Enric Violan

**C • MUNI  
CACIÓ //  
ACTIVA  
TELEVISIÓ**



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

Edicions

*A l'Eric i l'Edu, els meus fills*

Els déus han marxat, ens queda la televisió.

MANUEL VÁZQUEZ MONTALBÁN

# Índex

Pròleg, per Jaume Figueras .....	15
Agraïments.....	17
Nota d'aquesta edició .....	19
Introducció .....	21
1. L'emprendedor audiovisual.....	23
2. Introducció al mercat audiovisual.....	29
Les cadenes de televisió .....	31
Les productores .....	32
Els mercats de compra i venda dels productes audiovisuals.....	33
Costos d'adquisició de programes de televisió.....	34
Principals productores de Catalunya i Espanya.....	36
Principals cadenes de televisió de Catalunya i Espanya.....	37
3. Els gèneres de televisió .....	39
4. La idea, la creativitat i el talent.....	49
5. Protegir el format.....	59
El Registre de la Propietat Intellectual.....	60
Els autors d'una obra audiovisual .....	61
Els drets d'autor que es generen.....	61
La cessió dels drets d'autor .....	62
La gestió dels drets d'autor .....	62
Participació dels drets d'autor .....	62

Clàusula de reserva de drets .....	62
Drets dels intèrprets .....	63
Drets del productor .....	64
El Registre de la Propietat Industrial.....	64
<b>6. La proposta.....</b>	<b>67</b>
El pressupost .....	69
El pla de treball.....	72
<b>7. Sistemes de producció.....</b>	<b>73</b>
Producció pròpia .....	73
Producció associada.....	74
Coproducció .....	74
Producció externa.....	76
Sistemes de producció d'intercanvi.....	77
<b>8. Tècniques de programació i audimetria .....</b>	<b>79</b>
El consum de televisió a l'Estat espanyol.....	84
<b>9. Patrocini .....</b>	<b>87</b>
<b>10. Màrqueting .....</b>	<b>89</b>
<b>11. Noves tecnologies .....</b>	<b>91</b>
<b>12. On, com i a qui presentar el projecte i defensar-lo.....</b>	<b>95</b>
Normes per a la presentació de projectes de programes per a Televisió de Catalunya .....	99
<b>13. Les plataformes en línia: l'<i>streaming</i>.....</b>	<b>101</b>
<b>14. Nous models de televisió .....</b>	<b>103</b>
La importància d'un canal de comunicació de televisió per a les empreses .....	105
<b>15. Marea TV: exemple de televisió innovadora i social .....</b>	<b>107</b>
Contacte amb Marea TV.....	118
<b>16. El <i>boom</i> de les sèries.....</b>	<b>119</b>

17. La televisió en temps de pandèmia .....	121
18. Aplicacions i nova tecnologia a la televisió .....	125
Houseparty .....	125
Microsoft Teams .....	126
Webex .....	126
Livestorm .....	127
Jitsi .....	127
Zoom .....	128
Skype .....	128
19. <i>Cinema 3: exemple d'innovació en la gestió de producció</i> .....	131
Els festivals de cinema a la tele .....	131
Cannes, 1984 .....	132
Com en el mite de Sísif .....	132
La importància de la feina ben feta .....	133
La mecànica .....	133
Revisió, muntatge i edició .....	134
Testimoni gràfic .....	134
20. Webs d'interès .....	137
21. Criteris de programació adreçats a professionals i productores .....	139
Criteris i prioritats .....	140
Objectius per canals .....	144
Bibliografia .....	147
Annexos .....	149

# PRÒLEG

Conec i aprecio Enric Violan des dels inicis de Televisió de Catalunya. Sé de la seva enorme vàlua professional i també del seu sentit de l'humor. Per això, quan em va demanar d'escriure un pròleg per a un llibre que es titularia *Com fer un programa per a televisió*, vaig pensar que es tractava d'un text en la línia sarcàstica dels responsables de *Polònia*, de *Buenafuente* o del *Gran Wyoming*. És a dir, una guia de com vendre un producte que trenqués tots els rècords pensant en els instints més baixos dels espectadors. I no, és tot el contrari.

El que podem trobar a les pàgines següents és un dels instruments més útils que s'han escrit entorn de la creació televisiva. Violan l'encerta des del primer moment quan parla de la manca d'informació entre alguns professionals, de la feina complementària que fan els seus companys o del tipus de programa en què col·laboren. Tanmateix, en tots i cadascun dels capítols del llibre descobrirem aspectes poc coneguts de l'àmbit televisiu o suggeriments ben afortunats per aprofitar les hores d'espera en aeroports o a l'interior de mitjans de transport per veure què passa al nostre entorn. És el cas que s'explica de Susan Harris, la creadora d'una sèrie d'èxit universal com *Las chicas de oro*, quan va «conèixer» les seves futures protagonistes volant cap a les cascades del Niàgara... Igualment, ho sabrem tot sobre misteris aparentment insondables com els dels audímetres (responsables del famós *share*, un terme ja incorporat al nostre llenguatge quotidià) i rebrem savis consells per preparar-nos per a reaccions del tipus «no tenim pressupost» quan es presenta un projecte a algú de qui només els molt ingenus esperen un «sí» o un «no» com a resposta.

Com a conseqüència de la llarga experiència d'Enric Violan, el seu llibre ens obre els ulls a informacions i reflexions no solament útils per a professionals que estan a l'espera que els seus projectes es converteixin en realitat. És també un text indispensable per a qualsevol *malalt de tele*, i molt especialment per als *malalts incurables*.

## COM FER UN PROGRAMA PER A TELEVISIÓ

I una petició final: com podria «col·locar» una idea sobre un programa en què uns quants directius de televisió se'n van una setmana a fer exercicis espirituals al Tibet mentre discuteixen sobre filosofia oriental?

JAUME FIGUERAS

# AGRAÏMENTS

Per a aquesta nova edició del llibre, vull fer arribar el meu agraïment a: Jaume Farré, Miquel Valls, Pere Balañá, Karmele Marchante, Màgic Andreu, Toni Vizcarra, Manel Domínguez Navarro, Xavier Orteu, Xesco Canyelles, Diosdado Toledano, Ramon Franquesa, Rosa Cañadell, Toni Barbarà, Carlos Moschini, Pablo Moschini, Antonio Ibáñez, Encarna López, Cris Serrano, Àlex Ramón, Francisco J. Treviño i Joan Mestres.

Les seves opinions i experiències professionals han estat un complement extraordinari per a aquest llibre. El meu agraïment, respecte i admiració per a tots ells.

També per a tots i totes els que formen part de l'apassionant projecte que és Mareia TV, model d'innovació i responsabilitat social.

Vull donar les gràcies també al mestre i, sobretot, amic Jaume Figueras. És un honor que aquest llibre estigui prologat per ell.

Han estat útils les aportacions realitzades per Salvador Alsius, Xavier Atance, Laia Aubia de Higes, Josep Maria Bachs, Josep Maria Balcells, Ramon Colom, Lluís Es-carmís, Jordi Estadella, Anna Esteve, Antoni Esteve, Carmen Franco, Júlia Goytisolo, Francesc Illa, Miguel Ángel Martín, Ferran Mascarell, Marc Mateu, Jordi Teixidó, Jaume Figueras i Jaume Vilalta. El meu agraïment per a tots ells.

Un agraïment especial per a en Daniel Romaní.

Un record especial per a la senyora Rosa.

Vull dedicar el llibre a Josep Rebull, *in memoriam*.

A Albert Escofet, *in memoriam*.

A Albert Núñez Pérez, *in memoriam*.

A Pedro Miguel Ortells.

Al petit Nil, àngel de llum i amor.

A la meva Babi i la meva Iaia, sempre presents en la meva vida. Mai no us oblidó.

I a la Clara, la meva Rosebud.

# NOTA D'AQUESTA EDICIÓ

Han passat moltes coses en el món de la televisió des que es va publicar aquest llibre el 2008. Però el que no ha variat és la importància de la creativitat, el talent, la intuïció i les ganes d'aconseguir un format per emetre. L'emprenedor audiovisual continua sent clau i bàsic. Aquesta edició actualitzada vol incloure els canvis tecnològics que s'han produït aquests darrers anys, així com les noves oportunitats que tan sols fa un temps eren impensables. Empreses, associacions, moviments socials i polítics, pimes, poden tenir el seu propi canal de televisió a Internet, i —el més important de tot— la creativitat, la innovació i la tecnologia el fan assequible, sostenible i amb un gran valor afegit, ja que permeten dirigir la comunicació *in house*.

La pandèmia que afecta el planeta també ha fet canviar la manera de produir i emetre per televisió. Aplicacions que s'utilitzaven per fer videoconferències, ara s'integren en la manera de produir continguts. I el que és més important: inspira la creativitat a l'hora de pensar i dissenyar formats o canals per a televisió. I amb uns costos reduïts.

En aquesta edició trobareu exemples reals i testimonis de projectes i professionals que estan treballant en la nova manera de fer televisió.

Espero que les eines que es descriuen en aquest llibre us puguin ser útils. Qui sap si algun dia coincidirem en la producció conjunta d'un programa o canal de televisió.

Benvinguts a la nova realitat!

# INTRODUCCIÓ

«D'on surten les idees dels programes de televisió?», em deia la Rosa, la portera de casa els meus pares. La Rosa era una persona amable i extravertida que regalava un generós somriure a tothom qui entrava i sortia de l'edifici. Sabia que jo treballava al mitjà i tot sovint em feia consultes d'allò més diverses i curioses, i m'indicava quins eren els programes que, al seu parer, havien de continuar emetent-se i quins era millor que desapareguessin immediatament. Però, de totes les preguntes que feia, la que més em torbava era d'on sortien les idees dels programes.

Avui dia, molts —ja siguin de professió senzilla, com la Rosa, ja siguin alts executius— es continuen fent la mateixa pregunta. Doncs bé: el món és ple d'idees que poden esdevenir programes de televisió. I cada cop més, el que els programadors valoren i busquen amb delit són idees, bones idees. Com en tot procés creatiu, també l'origen de les idees dels programes de televisió és en la vida quotidiana. Observant, escoltant i sobretot analitzant el nostre entorn, se'ns pot acudir una bona idea. Després vindrà el més complicat: dur-la a la pràctica. *Com fer un programa per a televisió* té per objectiu explicar quines són les eines necessàries i el procés que cal seguir perquè una idea d'un programa de televisió —ja sigui original, ja sigui adaptada— arribi a emetre's. El lector hi trobarà aspectes tan diversos com el naixement de la idea, la protecció del format, el disseny del projecte, els costos, la producció... El llibre també dedica atenció a l'emprenedor audiovisual, una figura clau per tirar endavant un projecte de programa; al mercat audiovisual actual, cada cop més divers; als gèneres de televisió... El lector trobarà al final un apartat dedicat a webs d'interès del sector audiovisual a Catalunya i Espanya i un altre amb documentació (informes d'audiència, formularis per presentar un projecte, per demanar permís de rodatge...).

En els darrers anys he constatat entre els companys de professió que molts dels qui treballen diàriament a la televisió desconeixen bona part dels processos d'un programa: habitualment, un maquillador no coneix el formulari que s'ha d'omplir per registrar intel·lectualment un programa, un operador de càmera no sap els costos dels decorats...

## COM FER UN PROGRAMA PER A TELEVISIÓ

Cadascú fa el seu paper, és clar; la televisió no s'escapa de la tendència creixent a la hiperespecialització. Aquest llibre s'adreça a tots ells; i també a estudiants del mitjà audiovisual, a escriptors i periodistes, i a tots els qui estan interessats a conèixer de prop el mitjà televisiu i vulguin saber els detalls —i les dificultats— que hi ha en el procés de creació i producció d'un programa. Però el destinatari número u del llibre és la persona —professional del mitjà o no— que té la intenció de presentar un projecte de programa per a la televisió —de qualsevol gènere— i vol conèixer tots els passos que haurà de fer.

Bona part del material d'aquest llibre es nodreix de la meva experiència professional, i també del contingut dels seminaris, conferències, postgraus i *master class* que he anat impartint en els darrers anys. A més, el llibre inclou comentaris i consells de diferents professionals del sector, amb la major part dels quals he tingut ocasió de treballar, que en matisen, exemplifiquen i reforçen alguns dels conceptes; a tots ells, els agraeixo sincerament la seva col·laboració. Qualsevol persona amb inquietud creativa pot fer un projecte per a un programa de televisió. Perquè arribi a emetre's, li caldrà el suport de professionals del sector, tenacitat i, és clar, molta sort.

Animo els lectors a continuar creant i proposant continguts. La tecnologia ens ajuda. Però, com sempre, el més important és la creativitat humana i la capacitat d'intuir el que pot funcionar o interessar, tant al públic com a les empreses.

En aquesta edició trobareu exemples reals i testimonis de projectes i professionals que estan treballant en la nova manera de fer televisió.

Espero que les eines que es descriuen en aquest llibre us puguin ser útils. Qui sap si algun dia coincidirem en la producció conjunta d'un programa o canal de televisió.

Bona lectura!