

# TALENTOS: ¿A CADA CUAL SU PAPEL?

En una época en la que, en lo que a contenidos se refiere, han proliferado en el mundo, y no con poco éxito, una infinidad de *talent shows*, hasta el punto de convertirse en un supergénero, también la gestión de talentos (desde los guionistas-guionistas-directores hasta los actores-presentadores-periodistas, pasando por productores y técnicos de producción de todos los niveles) se revela como un elemento estratégico indispensable en el plano industrial. Con todo, no es casualidad la mucha retórica que envuelve el tema del talento.

Desde este punto de vista, cabe que decir y reconocer que, con mejor fortuna y acierto que otros países europeos y latinoamericanos, España ha demostrado a lo largo de los años la maduración de cierta conciencia. Buena prueba de ello son las productoras audiovisuales que han crecido a propósito de diversos talentos creativos. Y ese es también el *insight* en torno al cual una multinacional como Fremantle (además de otras) ha cohesionado globalmente las empresas que ha ido adquiriendo en varios países. Sin embargo, el talento, como cualquier bien altamente perecedero, es un material de riesgo que debe gestionarse con sumo cuidado. En cambio... En lugar de eso... La ansiedad por producir cuanto más mejor y lo más rápidamente posible, y a veces al menor coste posible, crea dudas y opacidad que no ayudan a atraer, retener y hacer crecer la capacidad creativa y emprendedora del talento. Por ejemplo, las plataformas han importado a la Península Ibérica (y a Europa) un modelo cien por cien hollywoodiense, que a menudo confía al director el papel de autor-productor; cuando ese sería el trabajo del productor ejecutivo. Son las mismas plataformas que, para asegurarse la presencia de un actor que vende en la serie de turno, están también dispuestas a confiarle el papel de productor ejecutivo y que, para contar con un determinado autor en una producción, aceptan producir otra que les resulte más cercana. Una negociación normal, podríamos decir. De acuerdo, pero ¿a qué precio? ¿No estamos corriendo el riesgo de dejar que el nombre de la persona que firma o actúa en una producción prevalezca sobre la calidad y el resultado de los contenidos? Responder a estas preguntas es crucial para poder comprender dónde acaba la dirección de contenidos y dónde empieza la comercialización; y para tratar de entender si, antes que nada, un proyecto reúne la base y la estructura necesarias para convertirse en un taquillazo internacional o si vale solo a escala nacional.

Después, el hecho de que sean las plataformas las titulares de los derechos, y que los productores, autores y actores no puedan hacerse con parte de los beneficios, crea también bastantes rigideces en lo que debería ser un desarrollo armonioso del potencial y los recursos del talento. Pero bueno, hablar de ello sería entrar en un terreno resbaladizo que nos llevaría demasiado lejos. Esa es una historia para otro día.

---

Linda Parrinello