

ANNEX 3 – Funcionament de la televisió americana: cadenes, estudis i productores

Com funciona el negoci de la televisió als Estats Units?, qui està involucrat en el procés de la creació i emissió de les sèries?

A l'hora de crear una sèrie i emetre-la, als Estats Units existeixen tres parts importants implicades:

- Les cadenes (per exemple, NBC, FOX, ABC), que són les encarregades de distribuir les sèries als espectadors.
- Els estudis (per exemple FOX Studios i WB Studios), que financen les sèries i les proporcionen a les cadenes.
- Les productores (per exemple, Bad Robot de J.J.Abrams), que són les encarregades de desenvolupar les sèries.

En alguns casos, les cadenes i els estudis poden pertànyer al mateix conglomerat d'empreses. Tot i això, cada departament és individual i treballa pel seu compte. No és estrany, doncs, que els estudis d'un conglomerat, una vegada ofereixen la seva nova sèrie a la cadena del mateix i aquest la rebutja, l'ofereixen a la resta de cadenes de la competència.

Els estudis són els que aprovisionen de sèries a les cadenes. Són els encarregats de vendre els drets d'emissió a les cadenes, que paguen una determinada *licenses fee* (quota de llicència) per cada episodi que emet d'una determinada sèrie. Els estudis mai perden la propietat de les seves sèries, sinó que simplement les "lloguen" a les cadenes. Resulta curiós el fet que els estudis comencen perdent diners a l'hora de vendre llicències de les seves sèries per primer cop. Mentre que el cost mitjà d'un episodi d'una sèrie acabada d'estrenar oscil·la els 2,5 milions de dòlars, les cadenes solen llogar-los a una mitjana d'1,8 milions. Però, lògicament i en la majoria de casos, els estudis no acaben perdent diners. Com que no renuncien a la propietat de les sèries, són aquests estudis els que reben la majoria dels beneficis que produeix la venda de DVD's, merchandising, venda de drets a l'estranger, i el que és més important, els beneficis per vendre la sèrie a altres cadenes secundàries perquè les tornin a emetre, en el que s'anomena *syndication* (sindicació). El procés de sindicació és el que més beneficis aporta, i consisteix en el fet que l'estudi, una vegada la sèrie ja ha estat emesa en obert almenys un cop, ven els drets de reemissió a altres cadenes. Com a exemple del negoci que suposa: quan NBC Universal va vendre les primeres temporades de *The Office* a diverses cadenes locals, va rebre a canvi entorn els 130 milions de dòlars; l'estudi va començar amb pèrdues, però va acabar guanyant uns 100 milions de dòlars amb l'acord de sindicació. Però perquè la sindicació d'una sèrie sigui tan aprofitable, és necessari quelcom fonamental: que la sèrie tingui un èxit relatiu en la seva primera emissió.

