



## **Entrevista a Nacho Sánchez**

**¿Quién es y a qué se dedica Nacho Sánchez?**

Soy director de producción.

**¿Cómo definirías el trabajo de un *producer*?**

Es hacer reales las propuestas creativas de la agencia dentro de los costes marcados por la productora.

**¿Cuáles son las cualidades que ha de reunir “el *producer* perfecto”?**

La respuesta la tienen los que te contratan, pero si debo responder diría que el *producer* perfecto es aquel que tiene su propia visión del producto y esta coincide con la de las partes implicadas en el proceso creativo-productivo.

**¿Cuál es, paso a paso, el proceso que desarrollas cuando una agencia te encarga un trabajo?**

El primer paso viene determinado por la idea, esta es la que plantea el reto. Generalmente la idea parte de la abstracción y no considera los costes. Mi trabajo empieza valorando la propuesta creativa. Esta labor debe ir acompañada de un análisis de la idea y de la forma de llevarla a la realidad.

El presupuesto marcará el siguiente paso.

Si la agencia accede se inicia la preproducción, si por el contrario el presupuesto se excede, ambas partes se reúnen para modificar la creatividad o el diseño de producción.

Cuando hablo de diseño de producción me refiero a qué equipo técnico y artístico, dónde, cuándo y cuánto tiempo será necesario para llevar a cabo la idea.

En la PPM mostramos junto a la agencia todas las características del rodaje, para que el cliente dé su visto bueno.

Durante el proceso de preproducción, rodaje y postproducción superviso el trabajo de los diferentes equipos cumpliendo los requisitos del realizador dentro de los límites presupuestarios.

### **¿Qué crees que una agencia espera de la productora?**

Entendimiento y transparencia.

### **¿Qué espera una productora de su *producer* cuando hay una crisis en plena producción?**

Que solucione. Los *producers* son una barrera de contención.

### **¿Qué relación tiene el *producer* con los creativos?**

Es el que traduce los deseos en dinero. Una idea puede quedarse en idea y no evolucionar si no se sabe cómo llevarla a la realidad. El *producer* es ese hilo conductor. Es en este punto donde éste tiene acceso a la creatividad. Es donde puede mediar o sugerir para que se lleve a la práctica de la mejor manera con el dinero que se dispone.

### **¿Qué le puede pedir y qué no le puede pedir un creativo o una agencia a un *producer*?**

El *producer* tiene sus limitaciones en el presupuesto. Cada persona trabaja de una manera, hay *producers* que tienen más poder para decidir sobre el curso que debe tener una producción, sin embargo otros están bastante limitados a la política de la empresa y al control de los ejecutivos.

No obstante la dificultad que tiene un *producer* radica en las concesiones que hace a la agencia ya que no todos los trabajos se rigen por el mismo patrón.

### **¿Cómo ves el nivel de producción español actual?**

Hay realmente muy buenos profesionales. Existe un mercado a nivel nacional, el de los “services”, que ha generado una nueva generación de profesionales que se han formado con spots muy potentes.

También el desarrollo de nuestra industria, claramente marcado por la competencia, ha potenciado la creación de un amplio mercado de servicios y profesionales *freelance*.

Esa misma competencia ha generado que el mercado se actualice constantemente con nuevas formas de realización y en consecuencia con nuevas tecnologías.

**¿Crees que hoy hay más buena producción que ideas o al revés?**

Creo que el espectador de hoy en día ha crecido con la narración audiovisual y cuesta cada vez más sorprenderlo. Es en este punto donde la cooperación entre producción y creatividad es cada vez más importante.

**¿Qué anuncios actuales te hubiera gustado producir?**

Quizás lo más destacado hoy en día no son los spots si no los videos que circulan por Internet y que cada vez más, son la referencia para mucho creativos. Hay muchos videos que me gustaría haber producido pero son estos últimos los que plantean los nuevos retos para el producer