

El dia a dia continuat durant un període de més de 25 anys ha ofert a en Juan José Pérez una visió particular del que ha de ser un empresari: **"Vaig començar tocant temes de relacions humanes, direcció de personal, relacions socials amb els comitès d'empresa... Més endavant vaig passar a desenvolupar treballs d'auditoria, anàlisis de sistemes d'empresa, etc. Jo he esdevingut empresari a base de ser generalista, de fer estudis concrets de manera autodidacta i de treballar en diferents segments de l'empresa com el comercial, el de personal, el comptable, el de producció... Això em va donar una visió àmplia de com ha de funcionar una empresa. Has de tenir uns mecanismes de control intern que, amb quatre dades, et permetin saber com està rutilant tot per, si escau, mirar un segment més a fons. Però sovint, abans d'arribar aquí, la intuïció ja et diu que allò no va prou bé. La intuïció no falla mai i és important, fins al punt que l'empresari ha de ser per sobre de tot intuïtiu. En el món del cinema, per exemple, poca gent va creure en el vídeo quan va aparèixer i els únics que van adonar-se de l'impacte que tindria han fet fortunes. Una cosa similar està passant amb el cinema digital, que els més creients pensen que trigarà deu anys a arribar, però jo crec que ho farà abans i cal que hi treballem perquè, quan s'acosti el moment, la indústria cinematogràfica d'aquí no es vegi supeditada a la de fora."**

El vídeo i el cinema digital són el pa nostre de cada dia d'aquest empresari des que, ara fa un quart de segle, va endinsar-se en el sector audiovisual. Durant aquest període de temps ha estat testimoni dels canvis que tot just exposava i s'ha fet un forat en aquest món: **"A partir de l'any 1980 només el cinema es processava fora de les instal·lacions de la televisió, amb el mateix suport que s'usa actualment. En aquell moment va començar el vídeo i ens vam adonar que aquí ningú no tocava aquest àmbit, així que vam formar la societat Telecopi, que passava a format de vídeo les pel·lícules que havien estat gravades per a cinema. Després vam adquirir 15 aparells Beta que reproduïen les pel·lícules per poder-les comercialitzar. Nosaltres vam tenir la intuïció que el vídeo triomfaria."** Efectivament "avui en dia les empreses de duplicació de vídeo, una tasca que nosaltres hem abandonat, estan treballant amb 2000 o 3000 aparells de màxima velocitat alhora."

Uns anys després van voler ampliar el ventall d'ofertes lligades al vídeo "buscant quins elements d'aquest aparell podrien servir per a cinema i intentant lligar tot això amb el que fèiem per a televisió, que fins aleshores es treballava amb el format de cinema. Vam arribar a la conclusió que havíem de muntar una altra empresa independent que no arrossegues els problemes del cinema, encara que treballassin en paral·lel. Així, en 1985 va néixer Filmtel, constituïda per professionals del mitjà: M. Isabel Riviere, que ens ha donat suport financer i empresarial; Josep M. Aragonès, per a mi el tècnic més capacitat que hi ha en aquests moments al territori nacional en els àmbits tecnològic i artístic; M. Rosa Fuster, encarregada de la gestió de la producció i de l'explotació, i el meu germà, que fa 35 anys que és al món del cinema, en sap tots els secrets i coneix què s'ha de fer amb el suport digital i de vídeo per fer-los més semblant al cinema, que és l'estàndard al qual tots estem acostumats."

Però com que el món del cinema no s'atura, Filmtel ha evolucionat en una direcció molt concreta: **"En 1999 fem un canvi radical perquè ens adonem que el futur és el món digital. Havíem analitzat el mercat i havíem trobat que a fora s'estaven fent pel·lícules en digital i es passaven a cine, la qual cosa només es pot fer amb un equipament de Kodak. Ens vam posar en contacte amb aquesta casa, vam negociar i ara som una de les quatre empreses europees que disposen d'aquesta tecnologia. Vam preparar instal·lacions noves i completes per al rodatge, muntatge, sonorització, doblatge, efectes especials i postproducció de qualsevol producte audiovisual, tant de cinema com de televisió, publicitat, dibuixos animats, etc. I també oferim la possibilitat de passar una cinta de televisió a cinema, cosa que els productors sol·liciten molt per als anuncis."** Aquesta firma ofereix els seus serveis a les productores de televisió, de cinema i de publicitat encarregant-se de la postproducció però sense entrar a fer produccions. En aquests moments, per exemple, tenen un client nord-americà i li fan tots els efectes especials.

En Juan José és la persona idònia per comentar-nos el perquè de les dificultats amb què topa la llengua catalana a l'hora de fer doblatges: **"El doblatge és tan car fet al català com al castellà; el problema és la rendibilitat, perquè un film doblat al català trigarà el doble o més a recaptar el mateix nivell de beneficis que si s'hagués traduït al castellà."** El cinema és un art i també un negoci: **"La comunicació ben feta és la conjugació d'art, tecnologia i persona. Una màquina pot costar molts diners però es pot adquirir; el problema és fer-la funcionar amb la sensibilitat adequada."**

"El món de la imatge té més poder del que ens imaginem", raona en Juan José, i pronostica: **"Jo crec que d'aquí a cinc anys gairebé tot passarà per la imatge. Aviat tindrem a casa una pantalla que ens permetrà veure la televisió, comprar, demanar... mitjançant imatges i sons. Hauré d'anar en compte, llavors, de no tancar-nos massa en nosaltres mateixos ni esdevenir esclaus d'aquest progrés."**

Entrar a formar part de la indústria cinematogràfica no és gens fàcil. Tenir-hi contactes pot ajudar però també cal ser garantia de qualitat: **"És difícil entrar en aquest món si no et coneixen o si no coneixes. Has de ser conegut i reconegut perquè una productora es juga el seu prestigi i la seva inversió amb el seu producte, i vol rodejar-se del millor."** Per aquesta raó, si el producte resultant és bo pot donar beneficis i resultar atractiu a possibles inversors: **"Comencen a perdre la por però els costa molt, no la perden del tot perquè consideren que la imatge pertany al món de la farandula. És un ambient que no es coneix adequadament i jo crec que invertir en una pel·lícula pot ser un bon negoci segons qui la faci. És un dels mons interessants per invertir-hi i per obtenir-ne resultats. El cinema ha de ser cultural però també comercial, perquè si no ho és no es pot fer, és massa car."**

I com es va produir la seva entrada en aquest món? **"El meu germà i jo vam entrar-hi gràcies a Josep Riera, marit d'Isabel Riviere, que va continuar la tasca del seu avi i pare, pioners del cinema a Espanya."** Tal com diu ell mateix com a colofó: **"Aquest món és tan màgic que quan en parles tothom s'hi interessa. Enganxa perquè porta molt de somni i d'il·lusió."**



“La intuició no falla mai i és important, fins al punt que l’empresari ha de ser per sobre de tot intuïtiu”

Juan José Pérez - Barcelona (Barcelonès)