

MONDO TV STUDIOS

UNA OFERTA EN FORMATO INFANTIL

No se vive solo de series. Los nuevos retos de la animación se enfrentan a la tecnología y a la perspectiva del metaverso, pero también a una distribución inteligente y a la oferta de títulos estudiados para un público cada vez más volátil, como es el infantil. En la búsqueda constante de IP para adaptar en varios frentes, tanto en los videojuegos como en el live action. Maria Bonaria Fois, CEO de la sociedad controlada por Mondo TV Group, habla de de ello en Tivù

por Eliana Corti

Creatividad, flexibilidad e innovación son las palabras clave que distinguen el enfoque de Mondo TV Studios en el mercado de la animación. La división española de la empresa italiana Mondo TV Group figura entre las más importantes en la producción y coproducción de contenidos de animación, a lo que se suma el servicio de desarrollo de títulos en los lenguajes más queridos por los niños: 2D, 3D (CGI, la imagen generada por ordenador) y también 3D (CGI) + imagen real. *Annie&Carola, Nina & Olga, Robot Trains, Sissi* y *Grisù* son solo algunos de los títulos que componen

el catálogo de la compañía. Es un público volátil, el de los niños, que cambia y renueva sus gustos mucho más rápido que los adultos. Precisamente esta hambre de novedad, que "obliga" a los operadores a identificar siempre nuevos títulos para ofrecer al público de los más pequeños, se convierte en una ventaja para una compañía como Mondo TV Studios y su catálogo: «Es cierto, un niño o una niña que hoy ve una serie preescolar cuando tenga ocho años ya no le interesará. Pero para entonces habrá una nueva audiencia de cuatro años que la verá como una novedad», dice Maria Bo-

maria Fois, CEO de Mondo TV Studios. Pero no son "solo" los dibujos animados: cada propiedad contiene potencial de desarrollo para nuevos medios que el público querrá seguir. Y si hoy el metaverso todavía parece una realidad lejana (pero aún monitoreada), el primer paso está en el mundo de los videojuegos, un territorio en el que la nueva generación ha estado "jugando" desde hace algún tiempo. De esto, y de los desafíos del sector, habló la directora con *Tivù*.

Empecemos con un balance del último año.

Los resultados fueron positivos: cerramos el tercer trimestre





(la entrevista se remonta a mediados de diciembre de 2022, NDR) con una cifra récord de 3.000.900 euros de facturación, aproximadamente el 80% del objetivo anual, 5 millones. Esto se debe a un incremento enorme de las actividades de distribución, uno de los componentes de nuestro negocio, junto con el del servicio de animación (en los estudios de Canarias) y de coproducción. La distribución de contenidos de terceros representó el 65% de nuestra facturación. Después de nuestra participación en MipCancun y del cierre de varios contratos, estamos seguros de que podemos alcanzar el 100% de nuestros objetivos anuales.

¿Con qué perspectivas se abre el 2023?

Planeamos fortalecer nuestra oferta como servicio a través de nuestros estudios, donde producimos animación 2D y 3D, y consolidar aún más la parte de distribución. Actualmente estamos negociando un contrato muy importante, que incluye tanto animación como ficción, para nuestros territorios de América Latina y los Estados Unidos de habla hispana: estos dos segmentos, junto con el de la innovación tecnológica, serán las áreas de atención más importantes.

Hablando de innovación tecnológica, ¿en qué áreas os estáis moviendo?

Como muchos otros operadores, estamos estudiando el metaverso y el potencial que puede expresar en el futuro: por el momento, se trata de un interés genérico porque las oportunidades de monetización hay que analizarlas, pero es una oportunidad que no debemos dejar pasar. También estamos reflexionando sobre la realidad aumentada y trabajando en videojuegos, donde ya hemos dado el primer paso con nuestro primer título, dedicado a *MeteoHeroes*.

¿El objetivo es desarrollar vuestra IP en más medios?

¡Claro que sí! Queremos desarrollar videojuegos para todas las propiedades, tanto para las que somos coproductores (o de las que es coproductora nuestra empresa matriz, Mondo TV S.p.A en Italia) como para las que participamos como servicio. *MeteoHeroes* ha sido un proyecto muy importante para nosotros, que nos ha ayudado a entender cómo movernos en el futuro. Lo lanzamos en formato digital en Playstation® Store para PS4 y PS5, así como para PC (en la plataforma STEAM) y desde finales de octubre está

disponible en formato “físico” para PS4 en varios países de Europa, entre los cuales destacan España e Italia, países donde el dibujo animado tiene más éxito. El videojuego es una coproducción con Sony España y Gamera Nest, y cuenta con el apoyo de Playstation® Talents, que nos ha brindado un importante apoyo de marketing, pero nos hemos dado cuenta de que la audiencia de dibujos animados está en otra parte. Hablamos de niños de edades entre los 4 y los 7 años, que no tienen acceso a ese tipo de plataformas, utilizadas tanto por adolescentes como por adultos. Por otro lado, es más probable que los niños tengan acceso a *smartphones*, especialmente los de los adultos cercanos a ellos: producir un juego para este dispositivo es la mejor solución para llegar a ellos. Tenemos que llegar a los niños a través de las herramientas que tienen disponibles. Por lo tanto, los próximos títulos, pero también *MeteoHeroes*, se desarrollarán para móviles.

Volviendo a la animación, ¿en qué estáis trabajando?

En nuestros estudios estamos trabajando en *Letrabots*. Es un proyecto en colaboración con la empresa italiana Cica-



boom y se basa en un juguete ya distribuido en Italia. Los protagonistas son robots que, combinados entre sí, componen las letras del abecedario. Es una historia que combina aventura, acción y comedia y esperamos que también sea un éxito desde el punto de vista de la venta de licencias, ya que somos los agentes.

La relación entre la animación y la concesión de licencias es histórica. ¿Ha cambiado algo en los últimos años?

Debo admitir que después de la pandemia, este mercado ha decaído, ya que los agentes, los licenciatarios y los productores, que normalmente combinan un producto con una licencia, hoy se arriesgan menos, trabajando solo en marcas con

Da izquierda a derecha, MeteoHeroes, Il mondo di Leo, One Love y Letrabots

un éxito ya consolidado. Para *MeteoHeroes*, sin embargo, hemos logrado firmar acuerdos con Italia y España, mientras que en el resto del mundo el arranque fue más difícil. Es un tema que también está ligado al nuevo mundo de las OTT y a la dificultad, si no la imposibilidad, de calcular la audiencia en estas plataformas y por tanto la popularidad de una serie.

¿Las plataformas son vuestros socios?

Sí, nuestra *library* está disponible en Amazon Latam y recientemente hemos firmado un acuerdo con Pluto TV vigente en Latam e Italia. Años atrás, también produjimos un dibujo animado original para Netflix, *YooHoo*. Sin embargo, hay que decir que actualmente su política favorece, en lugar de la producción, la compra en segunda ventana de títulos que ya se han emitido en la televisión abierta y cuyas audiencias son por tanto conocidas.

Producen animación en 2D, 3D y CGI: ¿hay un interés diferente por parte del público? ¿Un estilo favorito?

Todos funcionan, siempre es la historia lo que marca la diferencia. Seguramente el 3D será fundamental cuando vayamos a desarrollar nuestras actividades en el metaverso, pero el 2D también tiene una capacidad narrativa extraordinaria. Para los niños, el soporte es relevante hasta cierto punto: lo que importa es la capacidad del contenido para involucrarlos y entusiasmarlos. Por ejemplo, en Kidscreen Summit (12-15 de febrero, InterContinental Miami) presen-

taremos *Annie* y *Carola*, que es una serie en 2D y es además la primera serie producida por Mondo TV Studios: para este importante proyecto contamos en el equipo con un supervisor en Estados Unidos, porque era importante que el proyecto tuviera alcance internacional. Pero aunque generalmente no nos ocupamos directamente del desarrollo de los títulos, confiamos cada uno de nuestros productos a guionistas profesionales.

¿Qué otros títulos están pendientes?

Siendo nuestra casa matriz italiana, trabajamos mucho con productores italianos. Entre las novedades que quiero mencionar en este momento está por supuesto *One Love*, producida por Mondo TV S.p.A con T-Rex Digimation y RaiKids (la división de Rai, la televisión pública italiana, que se ocupa de los contenidos dedicados a niños y jóvenes, NDR). En el último MipCom presentamos *Il mondo di Leo*, que distribuimos en nombre de la italiana Brand Cross. Se trata de la primera serie protagonizada por un niño con síndrome del espectro autista. Es una serie extraordinaria, ya que está dirigida tanto a niños como a padres y se ha realizado con la ayuda de profesionales. También estamos considerando un par de proyectos de *live action* de los que no puedo adelantar nada por ahora, pero que se presentarán a los próximos mercados internacionales. Los operadores han mostrado nuevo interés por este segmento, en especial por la ficción dedicada a los adolescentes.



©Pietro Morotti (1), ©Mondo Tv Studios (4)