



IBERSERIES & PLATINO INDUSTRIA 2024

PRESENTE Y FUTURO DEL AUDIOVISUAL

Más de 2.000 profesionales, 56 paneles, 120 actividades y la participación de unos 220 ponentes entre directores, showrunners, distribuidores, agentes de venta y ejecutivos de 980 compañías de España, Latinoamérica, Reino Unido y Estados Unidos se dieron cita en Madrid en el autoproclamado como el mayor evento internacional de la industria audiovisual Iberoamericana

por Pol Sánchez

A las nueve y media de la mañana del uno de octubre se inauguró la cuarta edición de Iberseries & Platino Industria con la participación del alcalde de Madrid, José Luis Martínez-Almeida y el Consejero de Cultura, Turismo y Deporte, Mariano de Paco. Ambos apoyaron la presentación del clúster de Madrid, un foro compuesto por 76

empresas del sector audiovisual. Raúl Berdonés, presidente del clúster, definió el resultado del trabajo desde que arrancaron en marzo de 2023 como «un éxito rotundo».

Mientras la actriz Paz Vega hablaba de su primera experiencia como directora con la película *Rita*, Evan Shapiro, analista de la industria audiovisual y profesor en la Universidad de Nueva

York, resaltaba la importancia de poner a los usuarios en el centro de los medios de comunicación. El auto-denominado «cartógrafo de los medios» defendió que el contenido «sigue siendo el rey» pero los datos son «la sangre azul», la clave para que los ejecutivos sepan qué quiere el consumidor: «Si se escucha al público se puede prosperar en el mercado».

LAS SERIES QUE VIENEN

La directiva de RTVE habló de su inversión y destacó que el consumo de ficción en RTVE Play ha subido un 70%. Por su parte, Disney aprovechó para presentar *Regreso a Las Sabinas* o *Entre Paredes*. Mediapro abordó el crecimiento de contenido en colaboración entre sus oficinas en diferentes países mientras que Secuoya Studios presentó su nueva estrategia de escribir en inglés desde España sin olvidar historias de arraigo local. Santos Bacana, co-fundador de *Little Spain* junto a Cristina Trenas, definió la nueva serie de ficción en la que están trabajando con La Liga Studios «como un Juego de Tronos» que enganche a público más allá del ya interesado por el fútbol. MAX, que llega a tener hasta doce proyectos en desarrollo al mismo tiempo, habló de series como *Cuando nadie nos ve*, la primera producción de ficción en España para la plataforma, documentales como *El caso Sancho* y entretenimiento como *Pekin Express* mientras que Fremantle, uno de los principales productores y distribuidores mundiales de contenido, mencionó que han producido 17 películas, virando su estrategia del *non scripted* a películas de ficción.

SE HABLÓ DE LAS OPCIONES DE MONETIZAR CONTENIDO EN ESPAÑOL EN ESTADOS UNIDOS



Algunos momentos del evento de inauguración de Iberseries & Platino Industria

Ramón Campos, *showrunner* de *El caso Asunta*, charló con el guionista y productor Daniel Écija de la dificultad de financiar ideas originales. Ambos defendieron la originalidad frente a la tendencia de adaptar series extranjeras, poniendo como ejemplos series de éxito como *Cuatro Estrellas* o *Amar en tiempos revueltos*.

Campos se unió a Diego Ramírez Schremp, Arantxa Echevarría, Martín Vatenberg y David Martínez para definir la figura del *showrunner* como un guía que consigue que todo el equipo hable el mismo idioma para contar una misma historia y conseguir que se lleve a buen puerto, trabajando en su difusión sin perder el ADN de la idea original. También aportó a esa definición Amaya Muruzábal,

showrunner de *Reina Roja*, serie que recibió el reconocimiento ONCA a la Mejor Producción Sostenible.

También se destacó la labor de los premios José María Forqué, que llevan treinta años destacando el fundamental trabajo de los productores en el cine y las series. Por su parte, La Asociación de Artistas Plásticos Escénicos de España presentó los primeros premios de diseño de vestuario y la Asociación Española de Directoras y Directores de Fotografía presentó el *Microsalón AEC*, el mayor evento de cinematografía de España.

PROYECTOS DE ALCANCE UNIVERSAL

Sergio Pizzolante, Presidente de Secuoya Studios, charló con Paul Presburger, CEO de Miércoles En-1-



tainment, para hablar de las opciones para monetizar contenido en español en Estados Unidos. Un tema que también abordó la conferencia sobre el mercado mexicano en la que Diana Luna, directora ejecutiva de NALIP (*National Association of Latino Independent Producers*), recalcó que sólo hay un 5% de representación latina en las pantallas estadounidenses. Javier Williams, vicepresidente senior de Spanish Content bromeó diciendo que «para Estados Unidos, los mexicanos usamos todos sombrero» para después abogar por «darle la vuelta a los clichés». Barbara Teixeira, CEO de Anonymous Brasil y Dago García, vicepresidente de producción y contenido de Caracol, coincidieron en que «para ser universal hay que ser local».

Una de las mayores preguntas en el mercado audiovisual es siempre qué buscan los *commissioners*. Para intentar responderla se organizó un panel en el que directores de compañías de Alemania, Italia, Francia y España defendieron la ayuda entre canales tradicionales para poder sacar proyectos como *Weiss y Morales*, una coproducción al 50% entre RTVE y la cadena alemana ZDF, que verá la luz en 2025.

También se dieron charlas sobre la gestión internacional de derechos colectiva, se exploraron las ayudas fiscales en España y el *cash rebate* en Latinoamérica. Además, se expusieron las oportunidades de financiación en la industria audiovisual desde una perspectiva pública gracias al apoyo del





ICAA o el programa IBER-MEDIA y se llevó a cabo un debate entre financieros de Reino Unido, Estados Unidos y España sobre el desarrollo de nuevos modelos de negocio. Así mismo, se exploraron opciones para colaborar con marcas como Starbucks, que acaba de lanzar su propia productora.

UN FUTURO QUE YA ESTÁ AQUÍ

Amazon Prime proyectó las primeras imágenes de la serie *Cada minuto cuenta*, la primera en usar producción virtual en México. Si la serie utilizó un estudio con doscientos metros cuadrados de pantallas para recrear el infame terremoto de 1985, Georgina Terán, CEO de EFD Studios, anunció la construcción del plató de producción virtual más

ACTIVIDADES PARALELAS

- Iberscreenings presentó series tanto de inminente estreno (la colombiana *Cien años de soledad*), como otras para su posible compra internacional en el Mercado Audiovisual Iberoamericano (MAI). Algunas españolas, como *Querer* o *Asuntos internos*, pero también coproducciones entre USA y México como la esperada *Como agua para chocolate*.

- Diferentes expositores accedieron al Corner País, que reunió entidades de un mismo país para promocionar la industria audiovisual de Argentina, Brasil, Colombia, Chile o México.

- Las sesiones de Pitch de Plataformas y Productoras acercaron 159 proyectos en desarrollo o *gap* de financiamiento a posibles compradores e inversores con el fin de obtener financiación o ventas.

- Al ya establecido Taller de *Showrunners* se añadió uno de Inteligencia Artificial en la Postproducción, uno de Herramientas Financieras y otro de Estrategia de contenidos.

Unos 220 ponentes entre directores, *showrunners*, distribuidores, agentes de venta y ejecutivos de 980 compañías de España, Latinoamérica, Reino Unido y Estados Unidos se dieron cita en Madrid

grande de Europa en Boadilla del Monte: dos mil metros cuadrados.

La IA también fue un tema importante este año. Ignacio Lacosta, de Xreality Studios, compañía de efectos digitales, aseguró que «no hay que tener miedo a que la IA nos quite el trabajo sino

a que los operadores de IA nos lo quiten». Por otro lado, Curro Royo, vicepresidente de DAMA (Entidad de gestión de derechos), aseguró con sarcasmo que la IA será capaz pronto de escribir y dirigir películas pero quienes vayan a verlas serán también «otras máquinas».

Por otro lado, EGEDA y el grupo financiero SEGOFINANCE presentaron Segocreative, una plataforma para impulsar la financiación de proyectos en cualquier fase de desarrollo y que ha permitido conectar a la industria audiovisual, cultural y creativa con una comunidad de más de 40.000 inversores.

Iberseries se acercaba a su fin con las últimas charlas, en las que se habló de la importancia de Youtube en la era *user centric* y de cómo están surgiendo nuevos modelos de negocio con los hábitos de consumo de las nuevas generaciones, una forma de cerrar las jornadas enlazando con lo que Evan Shapiro comentaba el primer día: «Hay que estudiar los datos para entender al público».

©Irene Menbell ©Concha de la Rosa ©Carla Oset ©Juan Carlos Lucas ©Iberseries & Platino Industria