

ESTAMOS CRECIENDO A UN RITMO SUPERIOR AL PREVISTO

SAMUEL CASTRO Y JUAN ALÍA SON LOS DIRECTORES DE IBERSERIES & PLATINO INDUSTRIA, EL MAYOR EVENTO INTERNACIONAL AUDIOVISUAL CELEBRADO EN MADRID. LA EDICIÓN 2024 TUVO LUGAR EL PASADO MES DE OCTUBRE Y REUNIÓ A DIRECTIVOS Y CREATIVOS DE AMÉRICA Y DE TODA EUROPA. HEMOS HABLADO CON ELLOS PARA VALORAR LOS RESULTADOS Y DETECTAR TENDENCIAS

por Eva Baltés

El evento ha superado las expectativas con más de 2.600 participantes de 50 países. ¿Cómo valoran el éxito de la convocatoria de esta edición de Iberseries Platino & Industria? ¿Qué destacarían?

J.A. La valoración no puede ser mejor; estamos creciendo a un ritmo superior al que teníamos previsto. Este año hemos superado con creces el volumen que tuvimos en la edición anterior y ya no solo hablamos de cantidad, lo que más han valorado los participantes ha sido la calidad de los temas tratados, de los ponentes y de las conexiones y negocio que se genera durante el evento.

S.C. El éxito de esta cuarta edición se visibiliza no ya solamente en la consolidación del audiovisual iberoamericano, el audiovisual de contenidos y largometrajes en lengua hispana y portuguesa sino también en la apreciación de que empiezan a participar profesionales, productoras, empresas de otras nacionalidades que

no producen contenido en lengua hispana y portuguesa, es decir en esos 50 países representados en esta edición hay televisiones públicas y privadas europeas, hay productores europeos, hay productores estadounidenses no necesariamente vinculados al *US Day* y hay delegaciones de compradores y *commissioners* de diferentes países incluido Corea. Lo que quiere decir que nuestro evento es un punto de encuentro de contenido hispano, portugués, pero ya se está convirtiendo en un evento global.

¿Qué tendencias clave han emergido durante el evento?

Creemos que un tema fundamental ha sido la internacionalización. Este año hemos incorporado el *US Day* con el objetivo de invitar a profesionales con casos de éxito de la industria de EEUU que pudieran inspirar a la industria iberoamericana y la experiencia ha sido un absoluto éxito por lo que tenemos previsto ampliar este

espacio para la próxima edición

Por otro lado, está claro que hacía falta un lugar de reunión con gran calidad en las conferencias y con una participación abierta entre los generadores de contenido, con ganas de compartir y buscar alianzas y oportunidades de financiación, con el objetivo de que los contenidos audiovisuales en lengua hispana y portuguesa estén preparados para el mercado internacional.

Después de esta edición, ¿qué líneas de trabajo piensan que serán importantes para la industria audiovisual iberoamericana?

La industria audiovisual iberoamericana está en constante cambio, está atravesando un periodo de transformación. En pocos años hemos visto como a nivel internacional la piratería ha sido limitada, casi erradicada en muchos territorios eso ha permitido que las plataformas hayan con-



invertir allí la producción de contenido y la difusión de la misma y este buen momento produjo una ingente cantidad de producciones a nivel global lo cual es positivo, pero también es verdad que tal vez falte un espacio en el que, de alguna manera, programar, difundir, comercializar, de una manera más eficiente. Estas situaciones son propias de las tensiones del mercado de oferta y demanda y lo que necesitamos ahora mismo es repensar un poco qué acercamiento a las audiencias es el que se pretende hacer; cuál es el tipo de formato que creemos puede ser más interesante o cómo conseguir diversificar o identificar esa fragmentación de la audiencia. Son retos todos ellos difíciles de poder auspiciar o saber lo que puede llegar a suceder en los próximos meses pero la realidad

Sobre estas líneas, Juan Alía y Samuel Castro, directores de Iberseries & Platino Industria

es que vivimos en un sector en constante devenir tanto en lo creativo como en lo tecnológico y lo que puede suceder en Iberoamérica es el reflejo de lo que ocurre en Estados Unidos, en Europa u otros territorios. Por eso es importante el tener citas internacionales puesto que estamos homogeneizando de alguna manera ciertos tipos de contenidos aptos para una audiencia global. Y ahí yo creo que nos tenemos que centrar, más allá de que evidentemente cada territorio, cada país, produzca y genere contenido propio. Pero es verdad que nos estamos orientando hacia algo que a lo mejor hace 10 o 15 años nos parecía imposible como que una serie española o latinoamericana triunfase en un continente entero.

Los incentivos fiscales son un aspecto crucial para

atraer rodajes y producciones. ¿Cómo valoran su impacto?

Los incentivos fiscales se han transformado en la herramienta que ha posibilitado una inyección económica o de inversión por parte de inversores o entidades tradicionalmente ajenas a la producción audiovisual. Los incentivos fiscales a nivel global y en particular a nivel de España han supuesto un revulsivo y han ayudado de una manera notable a la industrialización de nuestro sector. El que un inversionista identifique el producto audiovisual como un producto en el que invertir que le genera confianza, le da seguridad y tiene un alto y rápido rendimiento es algo que nos ha permitido aspirar a proyectos y producciones con mayores presupuestos. Al generalizarse esta I→



Iberseries & Platino Industria ha superado las expectativas con más de 2.600 participantes de 50 países

tar concentrar en una jornada todas aquellas temáticas, conferencias, encuentros, vinculados con un territorio en concreto. *US Day* es importante para nosotros, primero porque somos plenamente conscientes que la mayoría de las multinacionales que operan con contenidos, que producen, venden y distribuyen de manera global, evidentemente son multinacionales americanas y por otro lado por la conexión que desde nuestro ADN como evento utilizando el español como una de las piedras angulares, no somos ajenos a que nuestro idioma está presente también de manera común en Estados Unidos. Nuestra aproximación con los contenidos *US hispanics* es intentar dar un poco con la fórmula de ver qué tipos de contenidos pueden ser comunes o generales al público estadounidense, al público latinoamericano, al público español o al público europeo ese es un poco

“ *Vivimos en un sector en constante devenir* ”

situación tanto en España como en Europa y en algunos países de Latinoamérica de manera notable como por ejemplo el caso de Colombia pues hace que no solamente se potencie la creación de su industria dentro del territorio, sino que ayuda a comercializar internacionalmente el contenido, intentando maximizar los ingresos del producto.

El mercado hispano en EE.UU. es un público cada vez más relevante. Han abordado esta oportunidad en esta edición. ¿Qué destacarían para fortalecer la conexión con ese mercado? Con el *US Day* hemos puesto en marcha una primera acción, una primera fórmula dentro del evento, de inten-





CON EL US DAY HEMOS CONCENTRADO EN UNA JORNADA TODAS AQUELLAS TEMÁTICAS VINCULADAS CON UN TERRITORIO

nuestro objetivo, identificar qué tipo de formato, qué tipo contenido, qué tipo de historias pueden ser comunes para esas tres audiencias distintas. Sabemos cinematográficamente hablando que eso existe, sabemos casos de éxito que nos ha traído la cinematografía que ha unido audiencias globales, series también, pero a lo mejor no hay tantos casos. Por eso queremos saber qué tipo de contenido de serie debemos llevar a cabo de manera más constante, identificar qué tipo de productos, casting, formatos pueden funcionar en todo el territorio americano, en España y en Europa. Creo que esos contenidos ya existen de hecho, pero quizás muchas veces no estamos enfocando bien la venta o no estamos consiguiendo la compra internacional. Por

eso en Iberseries & Platino Industria lo queríamos poner patente.

El taller de showrunners se ha consolidado como uno de los grandes atractivos del evento. ¿Qué temas destacaron en este taller?

Si efectivamente, dentro de la diversificación de formatos y temáticas, el taller de Showrunners es fundamental en nuestra programación. Entre los proyectos seleccionados destacan títulos de España, Uruguay, Chile, Perú, México, Argentina o República Dominicana abarcando géneros que van desde el melodrama hasta la ciencia ficción o la comedia negra.

En esta edición, ¿se quedó algo en el tintero? ¿Alguna pista para el año que viene?

Siempre quedan proyectos pendientes, Iberseries & Platino Industria dura 4 días y nos encantaría que pudiera durar más para integrar todos los temas que quisiéramos abordar; el audiovisual es una de las industrias más polifacéticas que integra tanto el talento creativo como el empresarial y abordarlo desde diferentes puntos de vista requiere de más tiempo. 

© Carla Oset