

**Con la presencia de los principales creadores de contenido en español y portugués a nivel global, Iberseries & Platino Industria, la mayor cita industrial del audiovisual iberoamericano, celebra el acto de inauguración de su tercera edición en Matadero Madrid**

Madrid, 3 de Octubre.- Iberseries & Platino Industria, la mayor cita industrial del audiovisual iberoamericano, celebró el acto de inauguración de su tercera edición en Matadero Madrid, con la presencia de los principales creadores de contenido en español y portugués a nivel global y presentando una amplia y exclusiva programación con más de 125 actividades que se distribuyen en cuatro áreas de programación: Conferencias y Keynotes, Iberscreenings (Capítulo UNO, Próximamente, Premier Cine, Segunda Ventana), MAI (Mercado Audiovisual Iberoamericano) y Actividades PRO (Foro de Coproducción y Financiación, Pitch de Plataformas y Productoras, Talleres de Formación: Showrunners, Producción Virtual y Herramientas Legales; y Cine y Educación).

Durante cuatro intensos días, Madrid se convertirá un año más en el punto de encuentro internacional de la producción de habla hispana y portuguesa al reunir a más de 2.000 profesionales procedentes de más de 40 países, siendo los países con mayor presencia **España, México, Estados Unidos, Argentina, Colombia y Chile**, en ese orden.

El acto de inauguración ha tenido lugar en el Auditorio (Casa del Lector) de Matadero Madrid con la asistencia de **Marta Rivera de la Cruz**, consejera de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid; **Enrique Cerezo Torres**, presidente de EGEDA y de Platino Industria, **Raúl Berdonés**, presidente ejecutivo del Grupo Secuoya; **Ignacio Rey**, presidente de FIPCA; **Daniel Martínez**, viceconsejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid; **Carlos Rosado**, presidente de la Spain Film Commission y **Carmen Jordán**, directora de Moda, Hábitat e Industrias del ICEX invest in Spain, así como miembros del cuerpo diplomático acreditado en España.

Todos los ponentes han hecho referencia a la importancia de un mercado audiovisual como el iberoamericano que llega a 683 millones de personas y a la necesidad de seguir estrechando lazos y construyendo sinergias.

**Ran Tellem, Erik Barmack y Pablo Iacoviello, figuras destacadas en la primera jornada de la mayor cita industrial del audiovisual iberoamericano**

**Ran Tellem**, director de Desarrollo de Contenido Internacional de The Mediapro Studio y **Erik Barmack**, CEO de Wild Sheep Content, compañía participada por The Mediapro Studio, analizaron las oportunidades existentes para la creación de contenidos y lo que esto significa para el futuro de la industria audiovisual. Moderados por la periodista Irene Jiménez, de Audiovisual451, ambos explicaron en la conversación "Estrategias creativas de contenido para el público internacional", cómo encuentran buenas historias y la

importancia por desarrollar nuevas IPs, los géneros que buscan y cómo crear franquicias que funcionen, siempre trabajando con grandes talentos creativos, junto a los mejores socios.

“Queremos crear series que se puedan ver en Francia o Estados Unidos y que los espectadores locales no sepan que fueron realizadas en España. Y esa es una gran oportunidad porque son más baratas de producir que los shows británicos o estadounidenses y contamos las historias de un modo diferente”, ha expuesto Tellem quien puso como ejemplo “The Head”, que ya está renovada para una tercera temporada, es producida en España y todos los que han trabajado en ella, excepto algunos escritores y los actores, son españoles. El resultado, añade, es una serie internacional, hablada mayoritariamente en inglés y con actores de múltiples nacionalidades.

Por su parte, Erik Barmack ha apuntado que la industria internacional, y la de habla hispana en particular, debe confiar en su potencial para arriesgarse a empujar los límites y encarar nuevos géneros. “Una cosa que siempre me intrigó desde mis días de Netflix es que la industria internacional necesita confianza. Es necesario creer que, por ejemplo, el contenido en español será más grande que el contenido en inglés. Los demográficos lo dicen”, ha enfatizado.

A su vez, **Pablo Iacoviello**, director de Monetización de Originales Locales de Amazon Studios, ha participado en la Keynote “Los originales a la conquista de más audiencias” y ha aseverado que la plataforma buscará aprovechar cada vez más su “ecosistema 360”, compuesto por sus plataformas de video, audio y e-commerce, para monetizar mejor sus producciones originales.

Moderado por el periodista **Richard Izarra**, de PRODU, ha expuesto que el próximo paso de experimentación para Amazon pasa por generar más valor a través de una oferta que incluye servicios AVOD, SVOD, TVOD, canales, y las plataformas Twitch, Amazon Music, Audible y amazon.com. El talent show español “Operación Triunfo”, que se convertirá en la primera emisión en directo de un contenido semanal de Prime Video en el mundo, será un gran espacio para explorar en este sentido, añadió.

### ¿Cómo maximizar las oportunidades de financiación navegando en un mundo cambiante?

Destacados ejecutivos de fondos de inversión, empresas financieras y productoras con fondos para coproducir discutieron el estado de la financiación, los ‘completion bonds’, revelaron sus nuevas iniciativas y analizaron los desafíos y oportunidades que están apareciendo, en esta primer jornada de la cita del audiovisual, moderados por **Pedro Contreras, socio de OMMA España**.

**Diego Rodríguez**, CEO de La Charito Films, España destacó la relevancia que ha tomado el cine y el hecho de que cada vez se consume más, lo que obliga a una mayor formación académica y profesional en el mundo del entretenimiento, porque eso da mayor confianza a la hora de invertir. “La formación del equipo,

la profesionalidad, la experiencia, el que haya los mejores talentos y directores generan mucha mayor confianza para la inversión”, ha dicho.

Para **Georgina Borbolla**, Bold Finance de Exitus Capital, México, es importante que haya una información fluida y constante hacia los inversionistas de todas las partes del proceso creativo. “El simple hecho de dar transparencia, información, rendir cuentas de manera recurrente hace que los inversionistas apoyen los proyectos, y y esto se ha profesionalizado cada vez más, sobre todo con la llegada de las plataformas”, ha dicho.

**Andrés Sánchez Pajares**, experto en estructuración financiera y de inversión en el sector audiovisual, CFO y COO de Caballo Films, España ha asegurado que el inversor finalmente espera retorno y el proyecto creativo, que siempre está vivo, es el que va a dar ese sostén. “El talento es lo que mueve todo lo que es un proyecto de inversión”, ha agregado, aunque **Paula Manzanedo**, Senior Vice President, de Film Finance, de los Estados Unidos ha hecho hincapié en que aunque el trabajo de los directores y del talento incluido en una producción, “no hay mayor presión que la que pueda venir del área financiera”.

**Jesús Prieto**, consejero de CREA SGR, de España ha dejado claro que los guiones pueden ser muy buenos, o malos, pero lo que le sostiene es un plan de financiamiento bien concebido y que la película o serie pueda acabarse. “El ecosistema audiovisual es muy complejo, el sistema es muy dispar, hay tipologías distintas, y los inversionistas privados están deseando entrar, pero lo hacen si garantizan un retorno, no solo exenciones fiscales”.

### **México, un país muy presente en las cuatro jornadas de la tercera edición de Iberseries & Platino Industria**

Una amplia delegación de profesionales de la industria audiovisual de México buscará fortalecer lazos con Europa en esta cita del mercado audiovisual. En esta primera jornada **Stage México Produce** trajo a Iberseries & Platino Industria las conferencias “México, una fábrica de éxitos” y “Mexicanos ganadores del Oscar ®, reflejo de la calidad y talento en la industria audiovisual mexicana”. El potencial creativo y la capacidad de adaptación para construir una narrativa audiovisual de gran calidad son una constante en las producciones mexicanas. Este resultado sólo puede garantizarse en un territorio con bondades naturales, soportes legales y la infraestructura requerida para la industria audiovisual.

**Avelino Rodríguez**, presidente de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (Canacine) ha precisado que México produce unas 200 películas al año y un número importante de series. “Venimos de un 2022 de romper muchos récords, en la inversión extranjera, en la propia y aunque el 2023 se ve como un año más agitado, México es la 15ª economía del mundo y Ciudad de México es la urbe de América Latina con más actividad fílmica”, ha señalado y agrega que a partir del aprendizaje que se tiene, hay que crecer, sabiendo las ventajas de pertenecer a un mercado que incluye a Estados Unidos y Canadá y que con el conjunto de talento mexicano hay una fórmula muy potente.

**Guillermo V. Saldaña Puente**, director General de la Comisión de Filmaciones de la Ciudad de México, ha citado que de 2018 a la fecha se han invertido en la industria audiovisual de la Ciudad de México 1.600 millones de dólares y ahora lo que se busca es además de atraer rodajes a zonas centrales de la capital, como la colonia Roma o la Condesa, buscar que se cuenten historias desde zonas limítrofes como Iztapalapa o Venustiano Carranza. Tanto **Carla Sánchez**, directora General Latam, MPA de México, como **Edgar San Juan**, director y Productor, Film Tank de México, han resaltado que el crecimiento de la producción nacional en el país, en alianza con grandes estudios se ha incrementado mucho.

En la conferencia “**Mexicanos ganadores del Oscar®, reflejo de la calidad y talento en la industria audiovisual mexicana**”, cinco mexicanos reconocidos con los más importantes reconocimientos audiovisuales a escala global compartieron cómo ha sido su desarrollo profesional, su exploración creativa, vanguardista y el compromiso para ofrecer un trabajo de alto nivel que hoy los define como pilares de la industria audiovisual mexicana.

**Jaime Baksht**, Ingeniero de Sonido, Oscar® en la categoría de Mejor sonido 2021 por la película “El sonido del metal”, ha afirmado que “nunca pensé en el Oscar, solo pensaba en lo que estaba haciendo. Yo amo lo que hago y por eso estaba dedicado a lo que estaba haciendo” y considera que hay que buscar la internacionalidad de las historias, y aunque México tenga cosas muy locales, también hay historias allí que pueden resonar con gente de todas partes”. Sobre este filme, **Michelle Couttolenc**, ingeniera de audio, que compartió el galardón ha dicho que “lo que queríamos era emocionar a las personas con el sonido”.

**Eugenio Caballero**, diseñador de Producción y de Arte, Oscar® en la categoría a Diseño de arte 2006, por la película “El laberinto del Fauno”, del mexicano Guillermo del Toro, ha recordado que poca gente creía que se podía hacer una película de fantasía donde se tejía tan bien la guerra civil española y asegura que Guillermo “es una máquina de cultura, de ideas, y básicamente fue una suma muy apasionada, casi suicida, de talentos, en la que la idea del Oscar no nos pasaba por la cabeza”.

**Angélica Lares**, productora y gestora cultural, directora de El Taller del Chucho, de México, sostiene que “la cultura mexicana es tan rica y tiene tantas cosas que contar, que se pueden relacionar con muchas otras culturas” y sobre la película “Pinochio”, también de Guillermo del Toro ha asegurado que el elemento clave fue mezclar el talento mexicano con el estadounidense, y es importante mostrar que en México hay mucho talento también”.

**Nicolás Celis**, fundador de Pimienta Films y productor de “Roma”, Oscar® en la categoría de Mejor Película en Lengua Extranjera 2019, México, ha dicho que le gusta tomar historias pequeñas y conformarlas para que cuenten historias

Universales. “Siento que ahora en México se está filmando mucho en lugares donde antes no se filmaba y por ello ahora hay gente que puede contar sus propias historias, que antes no podía”.

ORGANIZADORES



PATROCINADORES



COLABORACIÓN ESPECIAL DE



PARTNERS



ACTIVIDAD SUBVENCIONADA POR

