

La tercera jornada de Iberseries & Platino Industria 2026 pone el foco en la inversión, la expansión internacional y los nuevos modelos de negocio del audiovisual

- **Aurora Media Inversiones**, con una capacidad de hasta 200 millones de euros, analiza cerca de 60 oportunidades para impulsar el crecimiento y la internacionalización de productoras audiovisuales europeas, mediante un modelo de colaboración público-privada.
- **Telemundo** abre la puerta a nuevas producciones y colaboraciones con plataformas de streaming, mientras explora las oportunidades que ofrece el mercado latino en España, según ha destacado su presidente, **Luis Fernández**
- La tercera jornada de **Iberseries & Platino Industria** aborda también el impacto de la inteligencia artificial y los nuevos formatos, mientras los productores independientes reclaman mayor protección de la propiedad intelectual.

Madrid, 1 de octubre. – La presentación de **Aurora Media Inversiones**, con una capacidad de inversión de hasta 200 millones de euros y cerca de 60 oportunidades empresariales en análisis, ha sido uno de los principales acontecimientos de la tercera jornada de la sexta edición de **Iberseries & Platino Industria**, celebrada este jueves en Matadero Madrid.

La iniciativa, participada por **SETT**, **Secuoya Content Group** y **Société Générale**, busca fortalecer el tejido audiovisual europeo mediante la inversión en compañías con capacidad de crecimiento, generación de propiedad intelectual y vocación internacional. La jornada también ha contado con la participación de **Luis Fernández**, presidente de **NBCUniversal Telemundo Enterprises**, quien ha destacado la apuesta de la cadena por ampliar la producción de contenidos, reforzar las colaboraciones con plataformas de streaming y explorar las oportunidades del mercado latino en España.

La transformación de los modelos de producción y consumo audiovisual, el impacto de la inteligencia artificial y la necesidad de proteger los derechos de

propiedad intelectual han protagonizado otros debates de la jornada. Representantes de empresas tecnológicas y productoras han coincidido en que las herramientas de IA abrirán nuevas posibilidades creativas sin prescindir del talento humano, mientras que el auge de los formatos verticales, los microdramas y el true crime plantea nuevas formas de conectar con las audiencias.

Por su parte, la **Asociación de Productores Independientes (PATE)** ha presentado un estudio que advierte de la elevada dependencia de las plataformas y las dificultades de las productoras españolas para retener sus derechos, reclamando cambios regulatorios que fortalezcan su posición en el mercado. En el ámbito latinoamericano, **Secuoya Studios LATAM** ha expuesto su estrategia de desarrollo de contenidos locales con proyección internacional, especialmente en México y Colombia.

La presentación de nuevas producciones ha completado una jornada en la que también han destacado las primeras imágenes de “Matar a un oso”, la serie original de **Movistar Plus+** creada por **Jorge y Alberto Sánchez-Cabezudo**, que transforma la misteriosa muerte de un oso en el Valle de Arán en un thriller sobre los conflictos entre tradición y modernidad; y “Véspera”, la adaptación de la novela de la escritora brasileña **Carla Madeira** para **HBO Max**, que explora la maternidad, los secretos familiares y el perdón. Asimismo, se ha dado a conocer “Episodic: El Principio de Arquímedes”, una iniciativa de **Serielizados**, **Betevé** y el **Ayuntamiento de Barcelona** que ha involucrado a 38 estudiantes de 12 centros educativos en la realización de una serie de seis episodios, como apuesta por la incorporación de nuevos talentos a la industria audiovisual.

Aurora Media Inversiones analiza cerca de 60 oportunidades para fortalecer las productoras audiovisuales europeas

Con una capacidad de inversión de hasta 200 millones de euros, **Aurora Media Inversiones** ha presentado en **Iberseries & Platino Industria** su estrategia para impulsar el crecimiento y la internacionalización de compañías de contenidos audiovisuales. La iniciativa, participada por la **Sociedad Española para la Transformación Tecnológica (SETT)**, **Secuoya Content Group** y **Société Générale**, se articula mediante un modelo de colaboración público-privada y cuenta con **Secuoya** como principal socio industrial. La presentación ha tenido lugar durante el spotlight “**Aurora Media Inversiones: capital para crecer, producir y competir**”, celebrado en el Auditorio de Casa del Lector de Matadero Madrid, con la participación de **Raúl Berdonés**, presidente ejecutivo de **Secuoya Content Group** y presidente de **Aurora Media Inversiones**, y **Francisco Javier Ponce**, director general de **SETT**, en una conversación moderada por **Samuel Castro**, presidente de **Fundación Secuoya** y codirector de **Iberseries & Platino Industria España**.

“No se trata de financiar proyectos directamente, películas o series. El objetivo es crear industria, invertir en industria”, ha explicado Berdonés, quien ha destacado

que Aurora busca compañías con potencial de crecimiento, capacidad para generar propiedad intelectual y vocación internacional. “Buscamos compañías con ambición, compañías que quieran internacionalizarse, que quieran salir de su zona de confort y que quieran crecer y consolidarse”, ha afirmado. La iniciativa trabaja ya sobre cerca de 60 oportunidades, dentro de una estrategia que contempla España y otros mercados europeos como Francia, Alemania, Italia y Reino Unido, con el propósito de impulsar empresas capaces de evolucionar desde la producción por encargo hacia el desarrollo y explotación de contenidos propios.

Berdonés ha advertido también de la necesidad de proteger el tejido empresarial y creativo construido en España y Europa ante un escenario de menor volumen de encargos. “No podemos permitir que, ante una escasez de proyectos, desaparezca ese tejido que se ha generado en España y en Europa. A través de Aurora podemos apoyar a esas compañías, invertir en ellas y ayudarlas a adquirir una visión más internacional y global”, ha defendido y ha vinculado esta iniciativa con la estrategia de **Secuoya** de desarrollar propiedad intelectual y ampliar su proyección exterior. “¿Por qué no nos tenemos que creer que desde España podemos liderar en Europa la parte de ficción? Aurora nace también con esa intención: producir en España para el mundo, apoyar a los productores y tener una mirada internacional”, ha señalado.

Por su parte, **Francisco Javier Ponce** ha subrayado que la generación y retención de propiedad intelectual resulta fundamental para construir empresas audiovisuales más estables y competitivas. “Detectábamos algunas carencias fundamentalmente vinculadas a la generación de contenidos y a la retención de los derechos por parte de quienes generan esos contenidos”, ha explicado. En este sentido, ha subrayado la importancia de disponer de activos propios que permitan sostener financieramente a las compañías más allá de los ingresos derivados de la prestación de servicios. “El mundo de los servicios puede generar rendimiento a corto plazo, pero necesitamos estructuras que permitan sostener financieramente a las compañías en el tiempo”, ha apuntado.

El director general de **SETT** ha destacado asimismo el carácter novedoso de Aurora como instrumento de inversión y el objetivo de atraer capital privado hacia el sector audiovisual con una perspectiva de medio y largo plazo. “Lo que queríamos era impulsar negocios privados, con mayoría de capital privado, que apostaran realmente por el sector en el medio y largo plazo”, ha anotado y ha reconocido el papel de **Secuoya Content Group** en la puesta en marcha de la iniciativa. “El Grupo **Secuoya** recogió el guante, planteó una opción y construyó un modelo al que después tuvimos que dar forma durante varios meses para cumplir todos los requisitos regulatorios”, ha indicado y ha agregado dentro de la actividad de **SETT** “es el mayor vehículo en el que vamos a participar, con diferencia. Tenemos un socio magnífico y haremos todo lo posible para contribuir a desarrollarlo”.

La participación de **Secuoya Content Group** como principal socio industrial constituye uno de los elementos diferenciales de **Aurora Media Inversiones**, al

incorporar a las decisiones financieras una visión especializada de las necesidades del mercado audiovisual. La iniciativa pretende así acompañar a compañías con potencial de crecimiento, favorecer su consolidación empresarial y fortalecer su capacidad para desarrollar y explotar propiedad intelectual, con el objetivo de impulsar estructuras de producción más sólidas y competitivas en los mercados internacionales.

Telemundo, abierto a más producción de contenidos audiovisuales y a buscar mercado latino en España

Telemundo está abierto al desarrollo de más producciones de contenidos audiovisuales, tanto para sus canales propios como en las que colabora con otras plataformas especializadas en streaming. A la vez que como cadena le interesa el mercado latino en España, que se complementa con el residente en Estados Unidos, son algunas de las conclusiones de la charla ofrecida por **Luis Fernández**, Chairman, **NBCUniversal Telemundo Enterprises** (EUA).

En la “**Keynote Luis Fernández, Telemundo: Liderazgo, Relevancia y Transformación del Audiovisual en Español**” en la sexta edición de **Iberseries & Platino Industria**, el ejecutivo español ha asegurado que tanto el mejoramiento constante de sus segmentos de televisión lineal, como en streaming, a la cadena la interesa seguir “ofrecer mejores contenidos para las audiencias. Si se trabaja duro, asertivamente, sin miedo y con audacia se pueden obtener buenos resultados. Es crucial ir viendo cómo se crece en ambas direcciones”.

En la conversación con **John Hopewell**, International Feature Editor, **Variety** (Reino Unido), ha recordado el reciente éxito que ha supuesto la transmisión en español de los partidos de la Copa Mundial de Fútbol 2026, alcanzando casi un 50 por ciento de la audiencia. También ha desatacado las buenas expectativas para los partidos de la Champions League, a la vez que otro segmento reforzado por la cadena ha sido el de transmisiones en directo y sus informativos.

En cuanto a la producción de contenidos, Fernández ha precisado que ha estado trabajando en nuevas temporadas de series como “La Reina del Sur”, en colaboración con **Netflix** y que “es fructífera para ambas partes”, así como “Dear Killer Nanies: Criado por sicarios” con **Disney+**. “Para mí, los streamers no son enemigos ni rivales, son principalmente colaboradores, trabajamos con ellos pensando en darle lo mejor a la audiencia a la que se dirige todo esto”.

La IA abre nuevas fronteras creativas en el audiovisual, pero los profesionales seguirán siendo imprescindibles

El proceso de incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial en la producción de contenidos audiovisuales aún está en fase de exploración, y requerirá siempre de los profesionales que difícilmente serán reemplazados en sus

funciones creativas y técnicas, han afirmado en **Iberseries & Platino Industria** representantes de empresas que trabajan con estas nuevas tecnologías, en la tercera jornada de la sexta edición de esta cita del audiovisual iberoamericano.

La mesa titulada “**IA en Acción: Nuevos modelos de producción**” en el Auditorio de la Casa del Lector de Matadero Madrid, ha analizado cómo los nuevos instrumentos de IA van a cambiar a la industria audiovisual en los próximos años. En esta línea, **Miguel Espada**, quien es CEO & Co-founder de **Special GuestX | EspadaySantacruz Studio** (España) ha apuntado que “el futuro va a ser interactivo” con las nuevas herramientas, con las que se podrán crear “realidades por completo y nuevas formas de expresión” que podrán ser dirigidas desde un ordenador.

“Tengo una visión optimista para los próximos cinco años. La previsión es que hacer contenido con o sin IA va a seguir siendo costoso y que la IA no va a acabar con los empleos; para crear contenidos de calidad y que gusten a la gente se necesitan flujos de trabajo parecidos a los tradicionales, necesitamos a las personas y a sus destrezas, pero es cierto que las nuevas herramientas, que van a beneficiar a la gran industria y a los pequeños creadores, van a reconfigurar cómo trabajamos”, ha expresado Espada.

Para **Johann Choron**, Partnerships & Gen IA Lead for film and TV **Google EMEA** (Francia), es importante abrir en Europa un diálogo entre las empresas tecnológicas y los cineastas y productores para saber qué es lo que ellos necesitan y esperan de la IA. “Necesitamos las mismas competencias y destrezas de la industria porque sin ello no vamos a usar bien esa tecnología, porque si solo pensamos en usar estas herramientas para ahorrar costes, entonces eso no va a dar buenos resultados. Es necesario tener a profesionales especializados para tener buenos contenidos”.

En tanto, **Erik Barmack**, founder & CEO de **Wild Sheep Content** (Estados Unidos), ha destacado que en su país se tienen previsiones de beneficios económicos muy elevados para los gigantes tecnológicos que impulsan la IA. Ese proceso irá en paralelo a los cambios en la industria audiovisual y en concreto en los modelos de creación de contenidos de las plataformas y las productoras, y con una fuerte incidencia en productos su consumo en redes sociales.

Los productores independientes alertan de la pérdida de propiedad intelectual y reclaman cambios regulatorios en España

La elevada dependencia de las plataformas y las dificultades para retener los derechos de propiedad intelectual (IP) amenazan la sostenibilidad de las productoras independientes españolas, según el estudio presentado por **PATE** (Asociación de Productores Independientes) en la tercera jornada de **Iberseries & Platino Industria**. **Jordi Bosch**, presidente de la asociación, ha señalado que

España cuenta con una industria audiovisual potente, pero ha advertido de que existe un desequilibrio entre los productores y los grandes operadores.

Bosch ha reclamado más diálogo y acuerdos entre los agentes del sector y ha anunciado que **PATE** ha solicitado al Ministerio de Cultura la creación de una comisión para debatir sobre el papel de la propiedad intelectual.

Christopher Meir, profesor del Departamento de Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid, ha destacado que la IP es “la base del negocio de los productores” y un activo fundamental para el crecimiento de las empresas. El estudio, en el que han participado diez investigadores de cinco países, se ha elaborado a partir de entrevistas a profesionales, encuestas a socios de **PATE** y un análisis comparativo de cuatro mercados. Entre sus principales conclusiones figura la fuerte dependencia de las plataformas, de las que, según los datos expuestos, procedió casi el 70 % de la producción audiovisual española en 2024, una situación que dificulta la retención de derechos y provoca la descapitalización de las productoras y mayores obstáculos para acceder a financiación.

El análisis sitúa a España como el segundo país con menor protección de la propiedad intelectual para los productores independientes entre los mercados estudiados, solo por delante de la República Checa, mientras que Francia destaca por contar con un marco regulatorio más favorable. Ante esta situación, el informe plantea tomar como referencia los modelos francés e italiano, reforzar las obligaciones regulatorias y reformar el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), dotándolo de más presupuesto y capacidad para atender las necesidades del conjunto de los productores.

La presentación, en la que también ha participado **Fabia Buenaventura**, directora general de **PATE**, ha puesto de manifiesto la necesidad de fortalecer la posición de los productores independientes en la cadena de valor audiovisual y garantizar que puedan conservar derechos sobre las obras que desarrollan, como vía para mejorar su autonomía económica y su capacidad de impulsar nuevos proyectos.

Secuoya Studios LATAM apuesta por proyectos más desarrollados y alianzas estratégicas para responder a las nuevas demandas del mercado

La creciente demanda de contenidos en Latinoamérica, el fortalecimiento de las estructuras de producción y la apuesta por el talento creativo han centrado el encuentro “**Spotlight: Secuoya Studios LATAM: contenido local con vocación global**”, celebrado en la tercera jornada de la sexta edición de **Iberseries & Platino Industria**, en la Sala Azcona de la Cineteca de Matadero Madrid. Los participantes han analizado la transformación de los modelos de consumo y las oportunidades

que ofrece una región en la que las historias de identidad local mantienen un importante potencial de proyección internacional.

Pierluigi Gazzolo, CEO y fundador de **Farniente Media**, ha valorado la decisión de **Secuoya Studios** de diferenciar sus operaciones en Latinoamérica de las de España y el resto de Europa, ante un mercado que considera cada vez más “hiperlocal”. Desde luego, “siempre va a haber contenidos locales que van a viajar”, ha señalado, aunque la capacidad de exportación dependerá de los mercados y los géneros. Gazzolo ha destacado la evolución constante de la industria, desde la televisión abierta hasta el streaming, los canales FAST y los microdramas, y ha asegurado que el consumo continúa creciendo.

Según los datos expuestos por el ejecutivo, la industria del entretenimiento en Latinoamérica creció un 9,5 % en 2025, frente al 6 % global, mientras que la demanda de ficción en la región aumentó un 15 %. “Otro dato importantísimo, por ejemplo, es que la gente de habla hispana en Estados Unidos, de su tiempo en televisión, 58% lo están utilizando para streaming, y si lo comparas con los americanos, angloamericanos, es 46%”, ha precisado.

Daniel Hernández Bocanegra, CEO de **Secuoya Studios Latinoamérica**, ha explicado que la compañía ha reforzado su autonomía estratégica, creativa y operativa en la región para responder con mayor agilidad a las necesidades del mercado. Aunque **Secuoya** llevaba una década operando en Latinoamérica, principalmente en el ámbito de los servicios de producción, este año ha impulsado una estructura propia de desarrollo y producción de contenidos. “Nuestro objetivo es responder a una necesidad muy clara que nos está dando el mercado”, ha afirmado.

Por su parte, **Mónica Aguirre**, Founder de **Black Sheep Productions** en EUA, ha presentado como ejemplo del potencial internacional de las historias adaptadas a nuevos mercados el éxito de “La celda de los milagros”, coproducción entre México y Colombia que alcanzó el primer puesto del Top 10 mundial de películas de habla no inglesa, con 21 millones de visualizaciones, según los datos compartidos en el encuentro. Protagonizada por **Omar Chaparro** y dirigida por **Ana Lorena Pérez Ríos**, la película adapta la historia surcoreana Milagro en la celda 7, que también ha contado con versiones en otros países, como Turquía e Indonesia.

Carla Gómez, Head of Development & Executive Producer LATAM de **Secuoya Studios** en Colombia, ha destacado que la compañía está construyendo una cartera de proyectos amplia y diversa, con especial atención a ese país y México. “Nuestra meta es ser la casa de los mejores creadores en Latinoamérica”, ha afirmado, al tiempo que ha defendido la necesidad de escuchar a las audiencias y anticiparse a las transformaciones del mercado. En el terreno creativo, ha señalado que el melodrama continúa siendo uno de los géneros fundamentales de la región, aunque ha abogado por renovarlo mediante nuevas propuestas narrativas.

Durante la sesión también se han presentado como casos de éxito dos producciones de **Secuoya Studios**: “Los 39”, serie de seis episodios que combina el thriller histórico y la aventura para narrar la historia de los hombres que Cristóbal Colón dejó en la isla La Española en 1492, estrenada en Latinoamérica a través de **Prime Video** y “Belleza”, largometraje rodado en Colombia, dirigido por **Nadia Ayala Tabachnik** y protagonizado por **Maite Perroni** y **Fernanda Castillo**, que aborda la identidad, la imagen corporal y las expectativas sociales a través de las historias de cinco mujeres.

El audiovisual, en el momento adecuado para llegar a formatos verticales, abordar la IA y la demanda de más true crime

El auge del formato vertical (principalmente los móviles) y de la Inteligencia Artificial, abre para la industria audiovisual momento adecuado para explorar hacia nuevos procesos de producción para crear contenidos que lleguen a otras ventanas, que van más allá de los cines y la televisión y que alcanzan a diversas audiencias.

La mesa “**Panorama Audiovisual Iberoamericano. Cambios en el audiovisual: IA, Formato Vertical y True Crime**” en la sexta edición de esta cita del audiovisual iberoamericano, ha analizado cómo estos cambios son en parte motivados por los consumidores de esos formatos, que a su vez requieren de contenidos con nuevos tipos de producción y adaptaciones de géneros, como el caso del true crime. Plataformas especializadas en reel shorts, canales y redes sociales para teléfonos móviles y los distintos esquemas de podcast, conforman esas nuevas ventanas que están retroalimentando a los contenidos tradicionales.

En esta línea, **Clo Fernández**, Manager Future Development, **Telemundo Studios** (México) ha manifestado que tras el auge de los formatos verticales (inicialmente en Asia y ahora en otras geografías) las plataformas sí trabajan en adaptar muchos de sus contenidos, y además ya permea la necesidad de saber cómo escribir y presentar las historias para ese tipo de canales, por lo que es un buen momento para impulsar esa transformación. “Por ejemplo, movemos algunas producciones de ‘true crime’ de serie a podcast o de podcast a serie, es algo que se está haciendo; principalmente no se debe perder de vista las historias auténticas, porque esas audiencias están exigiendo autenticidad”.

Luna Herrero, Periodista y Profesional de la Comunicación (España), ha expresado que estos formatos han creado, en cierta medida, nuevas reglas porque “los jóvenes son críticos con el contenido vertical cuando éste no es pensado para ese formato, por lo que las microseries y los microdramas que se consumen allí tienen sus propios códigos y lenguajes”. Ha destacado el caso de las series tailandesa GL (Girls Love) creadas para estos formatos y que se han convertido en un fenómeno que traspasa el streaming y llega a redes sociales y clubes de fans.

Como ejemplo del papel de la IA en este proceso de transformación, **Andrés Sáenz**, Presidente, **Mántica Films** (Ecuador) ha comentado su caso realizando un largometraje, “Eclíptica, el mito de la luz”, con un 70% del mismo generado por IA y un 30% de material propio y de archivo. “Es una herramienta que se puede usar en cualquier parte del proceso creativo, pero estamos lejos de que con un par de prompts ya se puede crear todo un largometraje. Siempre el ser humano tendrá estar allí, dirigiendo y haciendo muchas cosas”.

En esta mesa, **Óscar Berrendo**, Director Gerente, **EGEDA** (España) ha aprovechado para destacar los resultados del informe “Panorama Audiovisual Iberoamericano 2026” de **EGEDA** y **FIPCA**, que entre sus novedades ya analiza el impacto de estos cambios generados por los nuevos formatos, la demanda creciente de géneros como el true crime y por el auge de la IA.

Del caso real de Cachou al thriller: los Sánchez-Cabezudo exploran el choque entre tradición y modernidad en la serie “Matar a un oso”

“Matar a un oso”, la nueva serie original de **Movistar Plus**, coproducida con **ARTE France** y en colaboración con **Kubik Films (STUDIO TF1)**, creada por **Jorge y Alberto Sánchez-Cabezudo**, ha presentado sus primeras imágenes en la sección **IBERSCREENINGS Próximamente** de **Iberseries & Platino Industria**. Inspirada en hechos reales, la serie, de seis episodios, arranca con la misteriosa muerte del oso Cachou en el Valle de Arán durante el confinamiento por la pandemia. El caso dio lugar a una investigación judicial sin precedentes en España, en la que la muerte del animal fue tratada como un asesinato, y sacó a la luz un conflicto que iba mucho más allá. A través de esta insólita investigación, la serie aborda el choque entre lo local y lo global, entre tradición y modernidad, y las distintas formas de entender nuestra relación con la naturaleza.

Jorge y Alberto Sánchez-Cabezudo conocieron la historia de Cachou a través de un artículo publicado en Le Monde y viajaron al Pirineo para conocer de primera mano a algunas de las personas implicadas. “Estábamos trabajando en nuestro anterior proyecto, ‘Nos vemos en otra vida’ y leímos la historia, nos preguntamos por qué la muerte de un animal tenía tal trascendencia mediática e internacional y nos interesó, investigamos a los implicados en el tema y esto fue la serie dramática de la serie, es como una fábula, es un conflicto entre las tradiciones, la modernidad y las leyes de protección del medio ambiente en aras del bien común; es una analogía de la polarización de la sociedad”, ha señalado Jorge.

Alberto ha hecho énfasis en las particularidades de la zona del Valle de Arán, que claman la independencia de Cataluña estando a unos pocos kilómetros, con una entidad muy enraizada y con muchas capas de la escala global. “Tienen a Baqueira que mueve mucho dinero con una estación de esquí, mucha agricultura, el caballo

como sello de identidad, “y para nosotros todo esto era la combinación perfecta para contar esta historia”.

Susana Hereras, líder de Series Españolas de **Movistar Plus+** ha apuntado que “**Fran Araújo** y yo teníamos muchas ganas de trabajar con los hermanos Sánchez-Cabezudo; estuvimos hablando de distintas posibilidades y nos enamoramos de esta historia en el Valle de Arán, tuvimos oportunidad de estar ahí con la gente, absorbidos por la historia, es un thriller, con personajes muy fuertes, es la mezcla perfecta”. Por su parte **Alex Piel**, Deputy Head of Drama de Arte, Francia ha indicado que tras haber trabajado con otros territorios, “vimos en España un equipo creativo y comercial fabuloso, fue el match perfecto”, a lo que **Virginie Padilla**, Commissioner Editor de este canal de televisión franco-alemán de servicio público con vocación cultural y europea ha agregado que “siempre estamos buscando narrativas fuertes y desde el principio nos embaucó la historia y cómo se contaba, fue obvio desde el principio”.

“Véspera”, la apuesta de HBO Max por una adaptación cuidadosa de un drama de la literatura brasileña

La plataforma **HBO Max** ha apostado por una adaptación cuidadosa y respetuosa de la obra del bestseller de la escritora brasileña **Carla Madeira** “Véspera”, en lo que será una serie original que crea un drama muy humano sobre la maternidad, los secretos de familia y sobre el perdón tras decisiones extremas que cambian vidas.

La sexta edición de **Iberseries & Platino Industria** ha conocido las primeras imágenes de la serie presentadas por la guionista brasileña de la serie, **Angela Chaves; Gustavo Mello**, Socio y Productor Ejecutivo, **Boutique Filmes** (Brasil) y **Vanessa Miranda**, Head de Desarrollo de Ficción, **HBO Max** (Latinoamérica), que han destacado que se trata de un drama con emoción e identidad, dirigido a la audiencia de Brasil, pero con valores para ser vista y comprendida en cualquier geografía.

La trama sigue a los gemelos Caín y Abel, marcados por el legado bíblico de sus nombres. Cuando Vedina, esposa de Abel, abandona a su hijo, se desata una trama de secretos familiares, relaciones complejas y dilemas morales.

“Es un gran drama y no tiene miedo de serlo, los libros de Carla tienen aceptación y la audiencia brasileña disfruta de estos dramas en los que los padres se ven reflejados. Es una historia única que ahonda en las relaciones familiares, los traumas, los silencios y el amor, es también de cómo perdonarnos a nosotros mismos. Queremos que la audiencia reflexione y haga introspección sobre la maternidad y sobre ser mujer”, ha explicado Miranda.

Para Chaves, la adaptación de la novela de Madeira supuso el reto de respetar los personajes, las emociones y la esencia de la historia, al tiempo que se construía una estructura narrativa propia para los ocho episodios de la serie, capaz de explicar los acontecimientos que llevan a una madre a abandonar a su hijo. Por su parte, Mello ha destacado la valentía de **HBO Max** al apostar por una ficción que aborda las complejidades humanas sin emitir juicios sobre sus protagonistas, en un momento en el que considera especialmente necesarias las historias capaces de conmover al público y ofrecer nuevas perspectivas sobre la condición humana.

“Episodic: El Principio de Arquímedes”, la semilla de Serielizados para el talento emergente en el audiovisual

La serie “Episodic: El Principio de Arquímedes”, que se estrenará el próximo 28 de octubre en Barcelona, es el proyecto de **Serielizados**, **Betevé** (televisión pública de la Ciudad Condal) y el **Ayuntamiento de Barcelona** para impulsar el talento emergente, al encargar su realización a 38 estudiantes de 12 centros educativos para preparar, producir, filmar y posproducir seis capítulos con actores profesionales.

En la sesión “**Iberscreenings Próximamente: La mejor oportunidad es un greenlight. “Episodic” o financiar una serie hecha por estudiantes (Serielizados)**” de **Iberseries & Platino Industria** se presentaron las primeras imágenes de la serie que tras su estreno se emitirá en la televisión pública Barcelona y posteriormente se buscará alguna plataforma interesada en su exhibición.

La trama explora el miedo y los prejuicios que se destapan tras un posible caso de abuso de menores. La idea del proyecto es que cada temporada se tome una obra de teatro catalán para su adaptación a serie, en este caso “El Principio de Arquímedes”, de **Josep María Miró** de 2012, que aborda la cultura de la cancelación y que se quería que en la actualidad los estudiantes retomaran ese tema y lo trasladaran al audiovisual.

Las directoras de la serie **Ainhoa Lastra** y **Andrea Morales** (España) han coincidido en destacar el reto que representó formar parte de un equipo de realizadores con otros jóvenes de su edad que no se conocían entre sí, que procedían de diferentes escuelas y tenían que aprovechar el tiempo para avanzar en el desarrollo del proyecto. A la vez, el desafío que representó “trasladar el guion en acción con actores profesionales y cumplir con cada una de las etapas del proceso”.

Betu Martínez, Codirector & Productor Ejecutivo, Kottbusser (España) y **Víctor Sala**, Codirector & Producer, **Serielizados** (España) han resaltado que la intención principal es ayudar a los estudiantes que egresan de las universidades, darles voz en la actividad audiovisual de algún y “hacerlo apoyando que tengan un crédito en

un trabajo completo y finalizado”, por lo que tras esta primera temporada ya se evalúa proceder el próximo año con una continuación con otros estudiantes.

Para **Josep Rocafort**, director de Programas, **Beteve** (España) el proyecto “encaja el en papel de una televisión pública que es entretener, informar y promover el talento en la industria audiovisual”.

