

La segunda jornada de Iberseries & Platino Industria 2026 explora el poder de las historias y los nuevos lenguajes del audiovisual

- Las series reivindican su capacidad para generar empatía, abrir debates y abordar los grandes temas sociales, con historias que buscan conectar con el público y ofrecer nuevas miradas sobre la realidad
- El auge de los microdramas abre paso a un lenguaje propio y a nuevas dinámicas de producción, mientras la industria explora cómo responder a unos hábitos de consumo marcados por la fragmentación de la atención
- **FIPCA** inicia en **Iberseries & Platino Industria** las celebraciones de su 30 aniversario con la mirada puesta en los retos de futuro del audiovisual iberoamericano y en el impulso a una mayor circulación de sus obras.

Madrid, 30 de septiembre. – La segunda jornada de **Iberseries & Platino Industria 2026** ha puesto el foco en la capacidad de las historias para conectar con las audiencias y generar conversación, pero también en una industria audiovisual que busca nuevas formas de crear, producir y llegar al público. Las series como vehículo para abordar los grandes temas sociales, la defensa de una identidad propia y la búsqueda constante de nuevas ideas han atravesado buena parte de los encuentros celebrados en Matadero Madrid.

La transformación del sector ha estado también en el centro de una jornada marcada por la adaptación a nuevos hábitos de consumo y modelos de negocio, el desarrollo de propiedad intelectual y el impulso de alianzas y coproducciones capaces de ampliar el recorrido internacional de los contenidos. En ese escenario, el microdrama emerge con un lenguaje y unas dinámicas de producción propias, mientras compañías y productoras exploran fórmulas para responder a una audiencia cada vez más fragmentada.

Iberseries & Platino Industria ha sido además escaparate de nuevas producciones de ficción y no ficción, desde las próximas apuestas de **RTVE**, **Secuoya Studios** y **Netflix**, hasta nuevas formas de trasladar historias y personajes a la pantalla. La jornada ha acogido también el inicio de las celebraciones por el 30 aniversario de **FIPCA**, que ha aprovechado la cita para mirar al futuro y plantear retos como la circulación de las obras iberoamericanas, la formación de profesionales y el fortalecimiento de las alianzas del sector.

Las series, gran escaparate para abordar los problemas que importan al mundo

Las series tienen la capacidad de ofrecer a los espectadores una mirada que les ayude a afrontar los problemas que tienen las sociedades. La esperanza, el llamado a la acción y la invitación a afrontar retos importantes son algunos de los sentimientos inmediatos que dejan muchas historias que llegan a las pantallas, han coincidido escritores y guionistas de contenidos audiovisuales en la sexta edición de **Iberseries & Platino Industria**.

La mesa titulada “**Series para cambiar el mundo**”, ha contado con la participación de **Louis Aubert**, creator (Francia), uno de los creadores de la serie “Phoenix”, con la que critica la inacción de las grandes empresas contaminantes ante el cambio climático, “una producción que engancha a la gente, y quizá no va a cambiar el mundo, pero sí la mentalidad de la gente. Tiene un mensaje universal y llama a la acción ante un problema como este”.

En el panel moderado por **Al Williams**, audiovisual consultant de **Alita de Pollo** (Países Bajos), la española **Leticia Dolera**, directora, guionista y actriz ha destacado el efecto de su serie “Pubertad”, que acerca a la gente a hablar de un tema tan cercano como la sexualidad con los hijos y ahora en los colegios se debate sobre este tema. En otro enfoque, el danés **Jeppe Gjervig Gram**, showrunner & screenwriter de **Secret Chord ApS** ha recordado que su serie “Borgen”, permitió abrir un camino a tratar la política y las conformaciones de alianzas partidistas de su país también relacionada desde los ámbitos familiar, económica y de suspense.

Para la guionista belga **Cristina Poppe**, su serie “El mejor inmigrante”, ha traído una historia que hace años era una distopía: la extrema derecha decide expulsar a los no nacidos en el país y un concurso de la televisión ofrece el permiso de residencia. “Yo no creo que las series y las películas cambien el mundo, pero sí pueden generar empatía, contar historias de personas que lo pasan mal y abren debates”.

Por su parte, el noruego **Jan Trygve Royneland**, inhouse writer & development producer de **Scanbox Production**, ha señalado que su serie a punto de estrenarse “Henky” se basa en la historia de uno de los primeros casos de VIH en su país, que fue despedido y tras denunciar ganó un juicio que levantó mucha polémica, aunque el implicado murió pocos meses después. “Lo que se quiere trasladar es un sentimiento positivo y deja una energía de que hay que luchar ante injusticias como la que padece el personaje”.

La capacidad de adaptación, una de las claves de Atresmedia para crecer en la industria audiovisual

En el marco de esta segunda jornada de la sexta edición de **Iberseries & Platino Industria**, el director general de **Atresmedia**, **José Antonio Antón**, ha destacado que la capacidad de adaptación ha sido una de las claves para crecer en una industria con tantos cambios como la audiovisual, donde la tecnología, los modelos de producción y de negocios se han ido transformando en la última década.

Atresmedia ha consolidado su posición en la cima convirtiéndose en el motor de su propia disrupción, transformándose cada día y rediseñado por completo la concepción del ciclo de vida de sus productos y contenidos. Su flexibilidad estratégica le ha empujado también a maximizar su valor a través de alianzas estratégicas e internacionales con gigantes como **VIX**, **Disney+**, **Netflix**, **ZDF** o **ITV** y ha demostrado que sellar acuerdos con plataformas no debilita la marca, sino que aumenta exponencialmente la ambición y el impacto global del drama local.

En la Keynote, **José Antonio Antón** ha afirmado que la transformación constante es la clave para entender el secreto del éxito de **Atresmedia** y ha precisado que el esquema de contar con canales propios y de alianzas con otras plataformas ofrece muy buenos resultados, incluso para mantener en el largo plazo la visualización, y en algunos casos el liderazgo, de algunas de sus producciones, como el caso de “La Casa de Papel” y más recientemente con “Veneno”.

En su conversación con el periodista **Alberto Rey**, ha reconocido que se trata de una industria en la que no todos los productos triunfan, y que en cierto grado es impredecible saber lo que pasará con algunas realizaciones a pesar de los muchos aspectos que los diferentes equipos cuidan en cada producción y ha resaltado también la importancia para una empresa como **Atresmedia** el contar siempre con proyectos y licencias para creaciones (IP), lo que permite empezar a planificar el contenido que se quiere presentar al público, saber cómo generar valor con ello y seguir produciendo contenidos.

Es el momento adecuado para consolidar una identidad europea a través de las coproducciones audiovisuales

Europa tiene capacidad para consolidar “una identidad europea” a través de las coproducciones entre distintos países, que ofrezcan historias atractivas para las audiencias que muestren las diferentes geografías, de aspectos culturales, idiomas, y que sean también interesantes para otros mercados en el mundo, han manifestado representantes de productoras en la segunda jornada de la sexta edición de **Iberseries & Platino Industria**.

En la conferencia “**Breaking Rules: El mapa de la coproducción**”, en la sala Plató de la Cineteca de Matadero Madrid, se han mostrado tráilers de series y películas con participación conjunta entre productoras de diferentes países y se ha destacado cómo para el público europeo es interesante recibir contenido narrativo, primero de su país, pero también ampliar a lo que ocurre en los demás países.

En ese contexto, **Alfredo Bermúdez de Castro Berbel**, Chief Operating Officer de **Secuoya Studios** (España), ha expresado el interés de su productora de participar en coproducciones, participar de este ecosistema poniendo a disposición la infraestructura y los equipos de los que dispone tanto en España como en América Latina, para las ideas surgidas en conjunto con productoras de otros países y abordarlas en diferentes idiomas.

En esta mesa, **Peter Lohner**, SVP Hispanic Acquisitions & Co-productions de **Beta Film** (Alemania) ha presentado proyectos en los que ha participado como “Raise oh the raven” y “La vida Barcelona”, y ha defendido que “una identidad europea” es posible mediante historias que atraigan a las audiencias de los países, que sean producidas entre varios ‘players’ del continente, se hable en los diferentes idiomas y así “tener voz propia en un mercado global cada vez más competitivo”.

Iris Bucher, CEO & Producer de **Quad Drama** (Francia) ha presentado “La madre perfecta”, una coproducción Francia y Alemania, que ocurre en los dos países y se habla en los dos idiomas. “El doblaje no es algo que se tenga pensado, en todo caso los subtítulos; pero los idiomas tienen que hablarse como es en la realidad, la gente está más educada para eso y lo pide”. La otra opción la representa la serie “The Kollektive”, presentada por **Femke Wolting**, co-founder de **Submarine** (Países Bajos), que solo en idioma inglés opta por contar con actores y escenarios de varios países europeos y con vocación de ser vista por audiencias de otros mercados en el mundo.

Por su parte, **Nathali Wolting**, general manager de **Atlantique Productions** (Francia) ha presentado algunos proyectos de su firma y ha manifestado que las coproducciones son un desafío, pero a la vez “una experiencia humana maravillosa”, en las que tiene que haber reglas claras desde el inicio, trabajo colaborativo y alineado entre todos los agentes participantes. Sobre el manejo de los idiomas, ha subrayado que “tiene que ser algo orgánico”, en función de las necesidades de la historia.

FIPCA inicia las celebraciones por sus 30 años en el marco de Iberseries & Platino Industria

La Federación Iberoamericana de Producción Cinematográfica y Audiovisual (**FIPCA**) inicia en esta cita del audiovisual iberoamericano las celebraciones por sus 30 años de trayectoria impulsando y defendiendo el audiovisual iberoamericano. Esta conmemoración mira al pasado para comprender su evolución, pero, sobre todo, abre una reflexión sobre los retos del presente y el papel que deberá asumir en el futuro del sector.

Ese inicio de fiesta ha reunido a su expresidente **Adrián Solar**, al productor **Gerardo Herrero**, a la actual tesorera, **Mela Márquez**, a la exvicepresidenta **Mónica Lozano** y al actual presidente **Ignacio Rey** en una conversación dirigida por el secretario ejecutivo de la Federación, **Antonio A. López**. Entre los objetivos a futuro, está un relanzamiento del programa **Ibermedia** y también ayudar a que una

parte de la obra cinematográfica de la región, que está invisibilizada para los propios países, pueda verse. “Por lo general, hay un agujero económico en nuestras películas, cuando las vendemos es más fácil venderlas en Europa que en nuestra región”, ha señalado Rey.

Otro de los temas es la formación. “Nos hemos dado cuenta que no faltan escuelas de cine en Latinoamérica, pero sí que hay una parte importante de la formación de los profesionales, ya sea de quienes hacen producción, como de los técnicos en general, que necesitan experiencia laboral, formación teórica, pues lo que uno aprende en una escuela de cine, no suele alcanzar para introducirse al mercado laboral”.

También habló de fortalecer alianzas con organismos como la **Organización de Estados Iberoamericanos (OEI)**, o el **Banco Interamericano de Desarrollo (BID)**, a partir de todo lo que se ha logrado con el apoyo de **EGEDA** y de la relación con los diversos festivales de cine de la región iberoamericana.

Secuoya Studios despliega acción, romance y suspense con Can Yaman en “El laberinto de las mariposas”

La segunda jornada de la sexta jornada de **Iberseries & Platino Industria** acogió en la Sala Borau de Cineteca el Iberscreening del primer capítulo de “El laberinto de las mariposas”, la nueva serie de ficción de **Secuoya Studios** protagonizada por **Can Yaman**. **Andrés Zamora**, director de Global Distribution de **Secuoya Studios**, y **Eduardo Galdo**, productor ejecutivo, presentaron este thriller romántico de ocho episodios dirigido por **Alberto Ruiz Rojo**, cuyo reparto completan **María de Nati**, **Andrea Duro**, **Félix Gómez** y **Michelle Calvó**.

La serie sigue a un agente secreto con un historial impecable que, de la noche a la mañana, se convierte en el hombre más buscado de España y deberá limpiar su nombre mientras intenta desenmascarar a quienes planean un robo millonario a las arcas del Estado. “Cuando conocimos a **Can Yaman**, quisimos crear algo hecho a su medida”, ha explicado Galdo, quien destacó la rapidez con la que el actor se hizo conocido en España y la respuesta del público tras sus primeras apariciones en el país.

Desarrollada junto a **Mediaset**, la producción combina “a la perfección acción, romance y suspense”, según Galdo. “Pensábamos que solo trabajaba en historias románticas o géneros similares, pero aquí ofrece una interpretación fantástica llena de empatía”, señaló sobre Yaman. El actor interpreta a “un espía típico” que acaba descubriendo “otra faceta de su corazón”, en una historia en la que confluyen “una gran historia de amor y una gran historia de amistad”, además de la lucha de una madre por su hija.

Concebida como “puro entretenimiento” y como “una franquicia con potencial para futuras temporadas”, “El laberinto de las mariposas” tiene también vocación

internacional. Zamora adelantó que la serie “se estrenará en el último trimestre del año aquí en España e Italia, y luego llegará a muchos otros territorios, pues ya hemos cerrado preventas importantes, así que esperamos tener más noticias pronto”.

La diversidad y la búsqueda de nuevas ideas, en el ADN de las productoras iberoamericanas

La diversidad de propuestas, la adaptación a los nuevos desafíos del mercado audiovisual y la constante búsqueda de nuevas ideas, son algunas de las claves que las productoras iberoamericanas sostienen para mantenerse como creadoras de contenidos para una industria cada vez más exigente, han expresado representantes de algunas de las firmas de producción más veteranas presentes en esta cita del audiovisual iberoamericano.

En el “**Spotlight: IMAGINA: El ADN de la producción de contenidos**” se ha destacado también la promoción del talento para las creaciones propias (IP), el trabajo en varios géneros para la televisión y la colaboración con plataformas y otros agentes del sector como factores que también contribuyen a un crecimiento de la oferta de contenidos a lo largo de los años.

María José Rodríguez, directora general de **Globomedia** (España), ha destacado la variedad de productos considerados históricos como “Caiga quien Caiga”, “La Noche H”, “Zapeando” o “El Intermedio”, hasta trabajos más recientes de ficción como “Barrio Esperanza” para **TVE** o actualmente la producción de “Cuando solo quedemos nosotros” para **Prime Video**. “Estamos orgullosos de nuestro pasado y de lo que estamos construyendo, tenemos un futuro que nos ilusiona mucho; no damos nada por sentado, buscamos el mejor talento, los mejores creadores y buscamos cosas nuevas”, ha enfatizado.

En el evento en el Auditorio de Matadero Madrid, **Alejandro Flores**, director de **100 Balas** (España) ha resaltado recientes trabajos como “Celeste”, “Yakarta” y “Su Majestad”. “El valor de estas historias está en sus creadores muy originales y que dejan huella en el mercado español e internacional; no hacemos series pensando en que viajen, no hay que tenerle miedo a ser local. ‘Yakarta’ y ‘Celeste’ tocan temas españoles, pero con conceptos universales que hacen que tengan una voz propia” incluso en otros mercados.

Carmen González, directora general de **Big Bang Media** (España) ha mostrado la reciente evolución del programa “Malas Lenguas” para **Televisión Española**, a la vez que se ha trabajado en ficciones como “Ser no ser” para **RTVE Player**, o “Perdida” que se puede ver en **Atresmedia**, mientras que se trabaja en adaptaciones de novelas que le permitirán a la productora seguir creciendo.

Por parte de la productora uruguaya **Cimarrón**, su CEO **Santiago López**, ha aprovechado para anunciar que se está pasando de la producción de los proyectos

de otros socios, a crear contenidos propios con una línea latinoamericana. En concreto, se están desarrollando tres producciones para el próximo año, en una apuesta que incluye acompañamiento a los autores de inicio a fin del proyecto, que cada historia encuentre su manera de hacerse e ir a buscar a la gente necesaria “sin miedo a hablar de las cosas y disfrutar de las ideas”.

En tanto, **Agustí Esteve**, director general del Terrat, ha expresado que sus proyectos se caracterizan por la promoción del talento, la honestidad, el riesgo, el juego, mucho trabajo y en algunos de ellos, la incorrección. De su catálogo ha mencionado el éxito actual en festivales de la película “5 Minutos Más” o los documentales “Temps mort” (historia del jugador de baloncesto **Charles Thomas**) o “Ser yo” que se acerca al proceso oncológico del actor **Sergio Peris Mencheta** mientras dirigía un trabajo artístico a distancia.

RTVE apuesta por la ficción de gran público con “Rojo sobre blanco” y “Rocío”

La corporación **Radio y Televisión Española** ha presentado en el marco de **Iberseries & Platino Industria** un avance de dos de sus próximas apuestas de ficción para el ‘prime time’: “Rojo sobre blanco”, thriller policíaco procedimental creado por **Daniel Écija** y protagonizado por **Hugo Silva** y **María Hervás**, que combina intriga y comedia en torno al trabajo de una comisaría y la colaboración de una lingüista forense y “Rocío”, miniserie de cuatro capítulos creada por **Aurora Guerra** que recorre la trayectoria personal y profesional de **Rocío Jurado**, interpretada en distintas etapas por **Susana Córdoba** y **Carmen Raigón**, desde sus momentos más emblemáticos como artista hasta su vida personal y familiar.

Sobre “Rojo sobre blanco”, **Daniel Écija**, ha manifestado con satisfacción que se trata de una serie “con una identidad propia, con verdad, con sentido del humor, con un gran talento y con una calidad extraordinaria en los guiones” y ha añadido que “hoy es muy necesario tener una identidad ante cerca de mil producciones al año; tenemos que hacer series susceptibles de tener varias temporadas después de toda la inversión que se hace para lograr la primera”, pero además ha apuntado que “quizá tengamos una serie que pueda marcar una época en la industria de la televisión”.

El actor **Hugo Silva** ha hecho un repaso de cómo ha cambiado la industria desde el momento en que se consideraba que era mejor ser actor de cine que de series. “Hace una década que todo se ha fusionado, todos queremos hacer de todo porque la calidad es altísima, tan gustoso es participar en una película como en la televisión, y además los equipos de producción son los mismos”, ha señalado.

En la presentación han participado las actrices **María Hervás** e **Irene Arcos**. La primera ha asegurado que “la serie tiene mucha alma, es una serie muy de personajes, te enamoras de las reacciones de ellos y si yo fuera espectador, quisiera irme a tomar cañas con ellos, quisiera que fueran mis colegas”, mientras

que **Irene Arcos** ha destacado que **Daniel Écija** fue orientando sobre el arco de los personajes, pero al encontrarnos en el rodaje, ha surgido la química”.

Para **José Pastor**, director de Cine y Ficción de **RTVE**, “es una serie que recupera el espíritu de estar en una casa, tener una televisión sin tantas opciones de canales, juntarnos todos a ver algo; es una serie tremendamente entretenida, en la que el espectador va a estar muy pendiente de la interacción entre los personajes y que tiene la vocación de ser renovada, e irle sumando personajes”.

En cuanto a “Rocío”, se trata de un producto único, de cuatro episodios de cerca de 70 minutos cada uno y que llegó a **Boomerang TV**, España, a petición de **RTVE**. “Cuando nos llamó **José Pastor** para este proyecto nos dimos cuenta de que era un esfuerzo descomunal, porque la figura de **Rocío Jurado** es increíble, e inabarcable, pero además hemos rodado en la casa donde nació ella, donde vivió, y ha habido mística en todo” y ha agregado que “entendíamos que era un proyecto para el abierto, pero estamos seguros de que va a viajar muy bien”.

Humberto Miró, de **Boomerang TV** y director de la serie ha asegurado que se trata de un acercamiento “respetuosísimo al personaje, huyendo de amarillismos, con el objetivo también de traer la figura de Rocío a las nuevas generaciones, sin decepcionar a sus admiradores de siempre”. Las actrices **Susana Córdoba** y **Carmen Raigon**, quienes interpretan diferentes momentos de la vida de **Rocío Mohedano Jurado**, como era su nombre original, han resaltado la humanidad de la actriz y cantante española, mientras que **José Pastor** ha hecho hincapié en que “queremos hacer la serie del año, algo que no sea nicho, que sea para todo el público”. La serie “Rocío” también cuenta con la participación de **Movistar Plus+**.

“Mala llena eres de gracia”, una innovadora forma para contar la vida de Mala Rodríguez

Iberseries & Platino Industria proyectó las primeras imágenes del documental “Mala llena eres de gracias”, que narra de una forma disruptiva la vida de la artista **Mala Rodríguez**, un viaje de regreso a su infancia y juventud, visto también a través de las historias de otras cuatro jóvenes, también llamadas María, que se entremezclan con sus vivencias y sus canciones.

La sección Iberscreenings albergó este miércoles la sesión “**Mala Rodríguez, en primera persona: Presentación del documental “Mala llena eres de gracia”**”, en la que la cantante, junto al director del documental **Jean Cosme Delaloye**, productor ejecutivo de **JCDe Productions** (Estados Unidos); **Fernando Jerez**, director de no ficción de **Mediacrest** (España) conversaron sobre la realización de este trabajo aún pendiente de estrenarse.

La artista española ha expresado su satisfacción con este trabajo que parte hace unos años con su libro “Cómo ser Mala” y posteriormente de la mano de Delaloye buscando una forma diferente de narrar su pasado y construir un documental que

une sus canciones con las historias de otras mujeres haciendo eco creando sus propias ondas, por lo que no se trata de un documental convencional que narra de forma lineal su vida.

“Es un viaje de regreso a la vida de María, a través de las otras cuatro vidas que cuentan historias duras en México, Colombia, Estados Unidos, España. Es en conjunto una historia de supervivencia que se multiplica”, ha explicado Delaloye en la mesa moderada por el periodista de **Mundo Sonoro**, **Álex Jeréz**.

Para **Fernando Jérez**, “se trata de una historia diferente de una artista única, como la Mala, y a la productora **Mediacrest** le interesaba una manera diferente, no convencional, de acercarse a la vida de la protagonista y el resultado es un trabajo multicultural que también habla de violencia, inmigración, salud mental, que son temas universales”.

‘Criminopatía’, del podcast a Netflix: el reto de poner imágenes a una voz

El salto de “Criminopatía”, uno de los podcasts de true crime más escuchados en español, a **Netflix** protagonizó uno de los encuentros de **Iberseries & Platino Industria** en la Sala Azcona de Cineteca Madrid. **Clara Tiscar**, Directora & Presentadora del Podcast Original; **Luis Calvo**, Head of Content de **GERSH** y **Álvaro Díaz**, director de Contenidos de No ficción para España y Portugal de **Netflix** en España, analizaron cómo trasladar un fenómeno concebido para ser escuchado al lenguaje audiovisual.

Para Tiscar, hay un elemento que necesariamente debía sobrevivir al cambio de formato. “La esencia es la voz, es lo único que hay en el podcast, es mi voz, yo contando una historia; entonces, lo que se mantiene es la voz narradora, que lo voy a narrar yo, y todo lo demás es nuevo”, ha explicado en la presentación.

Ese “todo lo demás” supone llevar la investigación al terreno y hacer visible lo que hasta ahora el oyente tenía que imaginar. “Hemos ido a los sitios donde han ocurrido los crímenes, hemos hablado con investigadores, con familias, hemos visto las calles de los pueblos. Entonces, digamos que lo que es imagen es nuevo y lo que es la voz es lo que se mantiene”, ha señalado.

Para Calvo, ahí reside precisamente el principal desafío de la adaptación: “completar eso con imágenes, con mucho más, nos abre un abanico, nos abre otro plano de narración, de comunicación, pero también es un reto: adaptar esto manteniendo la esencia, manteniendo su voz, manteniendo toda la verdad que hay detrás de esto”. La imagen, ha añadido, aporta nuevas posibilidades a través de “documentación, archivo, paisaje, entorno, familia”, materiales que el podcast no puede mostrar.

Netflix presentó en **Iberseries & Platino Industria** la adaptación también como una forma de incorporar a la plataforma una comunidad ya consolidada. “Yo creo que no hay duda en que teníamos que adaptar *Criminopatía*”, afirmó Díaz, pues “nuestro objetivo no es que todo lo que hay en **Netflix** te guste, pero sí que todo lo que te guste tendrá que estar en **Netflix**, y la comunidad de fans de Clara y de *Criminopatía* es tan enorme que queríamos que estuvieran con nosotros”.

La serie, actualmente en producción, está dirigida por **Joanna Pardos** y creada por Pardos, **Luis Calvo** y **Javier Martínez**, con producción de **You First Originals**. El proyecto amplía así el universo narrativo de “*Criminopatía*” sin renunciar al elemento que ha definido al podcast desde su origen: la voz de **Clara Tiscar** como hilo conductor de las historias.

El microdrama busca su lugar en la industria: nuevos lenguajes, géneros y modelos de producción

El auge del microdrama y el contenido vertical abrió en **Iberseries & Platino Industria** el debate sobre cómo estos formatos están transformando el lenguaje, los modelos de producción y la relación con las audiencias. La sesión “**Microdramas: Lo que el nuevo formato pone en juego**” reunió a **Clo Fernández**, Manager Future Development, **Telemundo Studios**, México; **Lorena Quevedo**, Socia Fundadora & Productora Ejecutiva, **Twins Latin Films | Río Ancho Films**, Argentina; y **Javier Williams**, SVP Spanish Language Content, **3Pas Studios**, EUA / CEO, **Visceral**, México.

Quevedo ha destacado en **Iberseries & Platino Industria** el aprendizaje que supuso producir en Argentina su primer microdrama para **ReelShort**. “Para nosotros el tratamiento, por más que fue un desafío porque es muy distinto al cine, fue como una curva de aprendizaje de todo el equipo”. El cambio, explicó, va mucho más allá de girar la pantalla: “no solo es un cambio de formato o de pasar de pensar en horizontal a vertical, sino en términos de lenguaje, ya que es otro lenguaje totalmente distinto”. En ese proceso, ha defendido, además, la adaptación frente a la mera reproducción de fórmulas y ha señalado que “lo que nosotros hicimos no fue copiar, fue adaptar y proponer cómo hacer para que ese contenido pudiera conectar con esta audiencia”.

Javier Williams puso el foco en un cambio en los hábitos de consumo que está llevando al microdrama más allá de los géneros con los que inicialmente se identificó. “Lo que estamos viendo es que hay un cambio de paradigma de cómo la gente está consumiendo, esta pulverización de la atención”, señaló. Aunque reconoció la actual preponderancia del melodrama, apuntó a la entrada de géneros como el musical o el terror. El reto industrial pasa también por encontrar otro equilibrio de producción ya que “dentro de la producción hay tres factores: tiempo, costo y calidad” y “como nunca nos gusta hacer algo de baja calidad, tenemos que encontrar la manera de balancear el tiempo y el costo para sacar la mejor calidad posible con una nueva dinámica de producción”.

Desde **Telemundo Studios**, **Clo Fernández** ha planteado en **Iberseries & Platino Industria** que la experimentación con el microdrama puede terminar influyendo también en otros formatos. “Estamos explorando no solo qué funciona en este formato específico, sino cómo permea en otro tipo de productos”. Entre esas vías, señaló el desarrollo de series horizontales más breves, “de 10 a 20 episodios de 10 minutos”, concebidas como “el eslabón perdido entre las plataformas tradicionales y este nuevo formato hiperadictivo para celular”, una búsqueda que responde también a una transformación cotidiana del consumo.

Actividades profesionales

La jornada también ha acogido distintas **actividades profesionales y de formación**, entre ellas **Pitch Plataformas y Productoras**, el **Foro de Coproducción y Financiación**, el **Taller de Showrunners** y el taller **El proceso de clearance en una producción audiovisual**, reforzando los espacios de encuentro, formación y conexión entre profesionales de la industria. Por su parte, **Pitch Madrid**, organizado por **Madrid Film Office**, ha estado dedicado a la presentación de proyectos audiovisuales en desarrollo vinculados con la ciudad de Madrid y apoyados por el **Ayuntamiento de Madrid**.

