

TBI **Television Business International** en Español

Cambio continental
Desempaquetando
el Rubicón de Chris
Albrecht y Jorge Granier
Página 2

Modelos financieros
Cómo el ecosistema
de ficción español está
abriendo potencial
Página 18



NEW
GENERATION
TURKISH
SERIES

The Ivy



**INTER
MEDYA**

www.intermedya.tv

interrupted

NEW
GENERATION
TURKISH
SERIES

TBI diciembre 2023/enero 2024

Un futuro brillante

Hola y bienvenido a TBI en Español! La última década ha traído consigo una explosión de interés en el contenido en español, ya que el streaming ha abierto nuevas audiencias en todo el mundo a la programación brillante, única y entretenida del país. Esta edición de TBI celebra todo eso y más, con artículos detallados que exploran cómo el contenido en español está atrayendo más interés global (y más socios globales) que nunca.

Vea cómo Chris Albrecht y Jorge Granier, ex jefes de HBO, buscan hacer precisamente eso con la nueva empresa Rubicon Global Media (página dos), luego explore por qué el crimen real está arrasando en España (página 10) y cómo la demanda está cambiando los modelos con guión en español. (página 18). Hay una inmersión profunda en el fenómeno cada vez más global del drama turco y seis de los mejores programas en español en nuestra sección Hot Picks, así como información sobre las mentes de cuatro de las mejores corredoras de espectáculos del país.

Esperamos que disfrutéis de la edición y de todas las apuestas para 2024...



Contenido

2. Uniendo el Rubicon

Chris Albrecht y Jorge Granier hablan sobre su nueva empresa, Rubicon Global Media, y su plan para unir lo mejor de Latinoamérica y Hollywood

6. Hot Picks

Desde un largometraje documental a un reality de supervivencia, recopilamos algunas de las últimas propuestas de la industria española

14. Momento de crecimiento

Las miniseries y los canales FAST están creando oportunidades para el contenido con ficción de Turquía en regiones establecidas y nuevos mercados, escribe Andy Fry

18. Recorriendo el sendero de la coproducción

Las cadenas de televisión y los streamers han tendido a monopolizar los derechos, pero esa mentalidad está cambiando en España, informa Irene Jiménez

22. Más que asesinatos

Irene Jiménez habla con el periodista Carles Porta que, junto con su serie *Crimis*, está considerado uno de los mayores exponentes del crimen real en España

Además: 26 Showrunners españolas • 28 Última palabra: Daniel Domenjó, SATISFACTION IBERIA

Contactos

Editor Richard Middleton
richard.middleton@informa.com

Editor adjunto Mark Layton
mark.layton@informa.com

Colaboradores Siobhan Crawford, Daniel Domenjó, Andy Fry, Irene Jimenéz, Anthony Kimble, Deborah Williams

Gerente de ventas Michael Callan
michael.callan@informa.com

Director de arte Matthew Humberstone
matthew.humberstone@informa.com

Ejecutiva de marketing Abigail Appiah
abigail.appiah@informa.com

Director editorial Stuart Thomson
stuart.thomson@informa.com

Gerente de producto Alba Bayes
alba.bayes@informa.com



Publicado por Informa Tech, 240 Blackfriars Road, London SE1 8BF
e-mail: tbi@informa.com web: www.tbivision.com

© 2024 Informa UK Ltd All rights reserved
Reproduction without permission is prohibited

Television Business International (USPS 003-807) is published bi-monthly (Jan, Mar, Apr, Jun, Aug and Oct) by Informa Tech, 240 Blackfriars Road, London, SE1 8BF. The 2006 US Institutional subscription price is \$255. Airfreight and mailing in the USA by Agent named Air Business, C/O Priority Airfreight NY Ltd, 147-29 182nd Street, Jamaica, NY 11413. Periodical postage paid at Jamaica NY 11431. US Postmaster: Send address changes to Television Business International, C/O Air Business Ltd / Priority Airfreight NY Ltd, 147-29 182nd Street, Jamaica, NY 11413. Subscription records are maintained at Informa Tech, 240 Blackfriars Road, London, SE1 8BF, United Kingdom. Air Business Ltd is acting as our mailing agent.

Uniendo el Rubicón



El año pasado, Chris Albrecht y Jorge Granier lanzaron Rubicon Global Media, enfocado en unir la cultura latinoamericana y española con el talento de Hollywood. Mark Layton habla de estrategia y financiación con los veteranos de la televisión

Si bien el lenguaje popular dice que cruzar el Rubicón se refiere a un punto sin retorno, lo que Chris Albrecht y Jorge Granier, cofundadores de la homónima Rubicon Global Media, pretenden lograr es todo lo contrario. En cambio, planean construir un puente desde las Américas hasta Europa y viceversa.

La naciente productora tiene como objetivo conectar el talento global con la cultura latinoamericana y española y, a la inversa, el talento latinoamericano con proyectos europeos y estadounidenses, con un enfoque multilingüe en sus producciones.

James Costos (arriba, izquierda) se reunió con el ex jefe Chris Albrecht (centro) para ayudar a financiar proyectos de Rubicon, su nueva empresa con Jorge Granier (derecha)

“No somos necesariamente de habla hispana, pero estamos mirando a América Latina y España para encontrar ideas y encontrar propiedad intelectual que haya tenido éxito y que podría haber sido pasada por alto”, dice Granier a TBI, quien dice que Rubicon pretende “elevantar” tales propiedades a un escenario mundial y “ser un puente entre los talentos de Hollywood y estas maravillosas ideas de América Latina”.

El veterano ejecutivo venezolano Granier es el fundador y ex director ejecutivo de la firma AVOD enfocada en hispanos Pongalo y se desempeñó como productor ejecutivo en la serie de The CW *Jane The*

Virgin, un ejemplo del potencial cuando Latinoamérica se encuentra con Estados Unidos. Dice que su búsqueda actual de IP cubre todo, desde libros hasta catálogos de música, y agrega que “tenemos algunas bibliotecas de contenido que estamos viendo, que serían televisión y cine, algo así como de donde vino *Jane The Virgin*”.

Mientras tanto, su socio estadounidense, Albrecht, no necesita mucha presentación: se le considera uno de los arquitectos de la “edad de oro de la televisión”, y durante su mandato como presidente supervisó éxitos como *Los Soprano*, *The Wire*, *Sex And The City* y *Deadwood*. y director ejecutivo de HBO.

También se desempeñó como director de la firma estadounidense Starz y, más recientemente, como presidente de Legendary Television, de la que salió luego de las acusaciones contenidas en el libro del año pasado *It's Not TV: The Spectacular Rise, Revolution, And Future Of HBO*, sobre su paso por la cablenet. , lo que él niega.

Encontrar bibliotecas de talentos y minería

Rubicon, que se lanzará en agosto de 2023, salió directamente con una asociación estratégica con Secuoya Studios, con sede en Madrid. Como parte del productor y distribuidor español Secuoya Content Group, la firma está dirigida por el ex ejecutivo de HBO James Costos, y el pacto lo reúne con su antiguo jefe.

Como parte del acuerdo de múltiples proyectos, Secuoya Studios, con sede en Madrid, proporcionará financiación para el desarrollo y financiación del déficit para las series y películas de Rubicón.

Más tarde, ese mismo mes, Rubicón se asoció con BTF Media, la productora mexicana detrás de *Maradona: Blessed Dream* para Prime Video, *Papas Por Encargo* para Disney+ y *La Muchacha Que Limpia* para HBO Max.

BTF Media, liderada por los empresarios y productores mexicanos Francisco E Cordero y Ricardo Coeto. También proporcionará financiación para el desarrollo de algunos de los próximos proyectos de Rubicon.

No se han revelado cifras para ninguna de las asociaciones, pero España y México son, como era de esperar, mercados clave para Albrecht y Granier, quienes le dijeron a TBI que ahora están buscando pactos similares en toda América Latina.

“Estamos buscando lugares que sean interesantes y que nos brinden incentivos para ir allí y construir proyectos allí y, con suerte, traer talento de clase mundial a esos destinos”, dice Granier.

Rubicon también se ha asociado con Curtis ‘50 Cent’ Jackson, quien trabajó con Albrecht en la franquicia *Power* en Starz, para desarrollar y

coproducir *Prey Before You Eat* (título provisional), un drama criminal en español e inglés, y también impactó un acuerdo con el cantante Eladio Carrión para desarrollar una nueva serie de comedia multilingüe basada en su propia vida.

“Hay dos aspectos de nuestro modelo de negocio. Una es crear contenido nuevo; eso es lo que nos llega de los anuncios de que hemos tenido acuerdos con Secouya y con BTF Media”, le dice Albrecht a TBI.

“La otra es que estamos recaudando dinero para salir y adquirir bibliotecas de propiedad intelectual, tanto en el espacio musical como audiovisual, porque no solo proporcionan flujo de efectivo para otras operaciones, sino también una oportunidad para que podamos atraer talento. y poder extraer esas bibliotecas en busca de nuevos programas, ya sean nuevas versiones o formatos o algo así”.

Camino a la producción

Eladio Carrión colabora con la firma en un programa de comedia basado en su propia vida

Albrecht dice que Rubicon será “reflexivo” en la elección de sus proyectos porque “queremos asegurarnos de tener un camino para hacer algo” en lugar de perder tiempo y



dinero en el desarrollo de producciones que finalmente no ven la luz.

Los acuerdos de financiación con Secuoya y BTF “compensan el riesgo de desarrollo, algo que muchas productoras no tienen la oportunidad de hacer”, afirma Albrecht.

Explica que “si bien ir a uno de los grandes streamers es ciertamente algo que vamos a tener que hacer por encima de un cierto presupuesto”, Rubicon busca ser creativo en cómo financia proyectos por el momento, por ejemplo a través de astutas multinacionales y coproducciones multilingües.

“[Por ejemplo], *Drops Of God*, que hicimos para Apple cuando estaba en Legendary; Lo vendimos en Francia (a France Télévisions), porque estaba ambientada en el mundo del vino en Francia, y en Japón (a Hulu Japón), porque estaba [basado en] un manga japonés.

“Con los créditos fiscales y Legendary generando un déficit, pudimos hacer el programa y luego lo vendimos al resto del mundo (en Apple TV+). Ese es un programa que costó una fracción de lo que costó *Monarch: Legacy Of Monsters*, el otro programa que hicimos para Apple”.

“Creemos que la oportunidad en la televisión no es sólo trabajar con diferentes talentos, sino también encontrar diferentes formas de financiar contenidos.

“Cuando nos asociamos con empresas como Secuoya y BTF, creo que tenemos más posibilidades de asegurar una venta local; siempre me gusta llamarlos inquilinos ancla en el modelo de financiación”.

La reputación también tiene sus beneficios, añade Albrecht, quien afirma: “Se nos conoce por ser buenos productores, por ser capaces de navegar en el mundo de los incentivos fiscales y tener relaciones allí.

“Estamos tratando de construir una empresa de medios global, aunque sea un pequeño conglomerado independiente, no un gran conglomerado, y queremos ser amigables con los socios. Creemos que aprendemos mucho trabajando con empresas con sede en diferentes países, con diferentes culturas y experiencias y acceso a diferentes talentos.

“Creemos que si podemos desarrollar una reputación de talento y si tenemos un porcentaje realmente alto de proyectos en los que participamos y de proyectos que se realizan, entonces ese será un atributo realmente bueno para nuestra empresa”, dice Albrecht.

Éxitos del idioma español

Albrecht y Granier ven oportunidades crecientes para programas del mundo latinoamericano y español, señalando importantes éxitos en español en los últimos años que van desde el exitoso drama sobre drogas *Narcos* al *Money Heist* (también conocido como *La Casa De Papel*), que viajó a nivel mundial en Netflix.



Rubicon está desarrollando una serie con Curtis '50 Cent' Jackson, quien trabajó con Chris Albrecht en *Power*

Como dice Granier, una “audiencia en evolución” se ha sentido cada vez más cómoda con programas de otras partes del mundo y “ha abierto su apetito a este tipo de contenido”.

El veterano ejecutivo añade: “Creo que podemos tener mucho éxito, no sólo en Estados Unidos y América Latina, donde hacemos y construimos estos programas, sino en todo el mundo”.

Granier también señala estimaciones de que la audiencia mundial de habla hispana es de alrededor de 600 millones, destacando que si la audiencia hispana de Estados Unidos fuera una economía independiente, “sería la quinta economía más grande del mundo”. “Obviamente, se trata de una gran oportunidad”, afirma Albrecht. “Hay una audiencia; hay una enorme reserva de talento; Ciertamente hay muchas otras personas que ya trabajan en este espacio, pero creemos que tenemos un enfoque diferente.

“Ambos tenemos mucha experiencia, creemos que nuestras habilidades se complementan entre sí y, con nuestro modelo de negocio, eso nos convertirá en un lugar único y, con suerte, deseable para que mucha gente venga a trabajar”. **TBI**

SOMEONE HAD TO TELL
THIS STORY

ALLENDE, THE THOUSAND DAYS



BIOPICT HISTORY DRAMA
4x60'

EVERYONE HAS SOMETHING
TO HIDE

Sweet Strawberries



YOUNG ADULT THRILLER
30x50'

ONE REVELATION
CAN CHANGE YOUR DESTINY

CACAO



TELENOVELA
140x50'

CONTENT AMERICAS & NATPE GLOBAL
SPANISH PAVILLION
CARLOS GARDE: cgarde@onzadistribution.com

onza
Distribution



Hot picks

Desde un largometraje documental a un reality de supervivencia, pasando por una comedia, un thriller y una serie de animación para niños, recopilamos algunas de las últimas propuestas de la industria española

Top
Pick

Película Nº1

Productores: Arena Comunicación Audiovisual

Distribuidor: Feelsales

Pantalla: sin confirmar

Síntesis: En la Amazonia, un cineasta pretende rodar su primer documental, pero cuando llega la pandemia se embarca en un viaje de autodescubrimiento

Con el objetivo de hacer su primer documental, el director Telmo Ibarburu se dirige a Ecuador, y a una de las zonas más remotas de la selva amazónica, justo cuando llega la pandemia.

Sintiéndose perdido, obligado a aislarse y tratando de darle sentido al mundo que lo rodea, Telmo se embarca en un viaje transformador, introduciéndose en el mundo de los indígenas Taromenane y presenciando uno de los mayores derrames de petróleo que jamás haya ocurrido en la región.

“El viaje de Telmo tiene dos etapas”, dice el productor ejecutivo Pablo Iraburu. “Por un lado, viaja al borde de su mundo, a la frontera invisible que, en lo profundo de la selva amazónica, nos separa de los aislados. Paralelo a ese viaje hay un viaje interior, un viaje de descubrimiento de quién es él. Telmo es un cineasta que no sabe que es cineasta”.

La pandemia cambia por completo los planes de Telmo. Lo obliga a aislarse en medio de la selva, en una isla. Es allí donde los indígenas Waorani vienen a buscarlo para pedirle que les haga videos.

“La pandemia hace que Telmo evolucione de un reportero desorientado a un cineasta al servicio de una comunidad nativa”, afirma Iraburu.

Mientras tanto, sus viajes a lo largo de un año llevan a Telmo al territorio de otro pueblo indígena: los Taromenane.

Como explica Iraburu: “Cada año hay documentalistas de todo el mundo que intentan adentrarse en la selva para establecer contacto con ellos (aunque este contacto es ilegal y peligroso). Telmo, sin querer, ha ido mucho más lejos que nadie, y se volvió tan pronto como supo dónde estaba. Telmo no ha visto a los Taromenane, pero es muy probable que ellos sí lo hayan visto a él”.

Yennifer Fasciani, ejecutiva de ventas de Feelsales, dice que el público tendrá un “viaje transformador, junto con el autor, desde una perspectiva inocente hasta darse cuenta de la profundidad de otra cultura” a lo largo de la película, que está disponible tanto en una versión de 72 minutos como en otra de 52.

“El público empatizará con Telmo, maravillado como un niño con la selva y sus habitantes”.



Déjate ver

Esta peculiar comedia dramática de 8 x 30 minutos sigue a Ana Callet, la mano derecha de uno de los artistas contemporáneos más famosos del planeta, hasta que comienza a desaparecer, literalmente.

Ana se da cuenta de que está tan absorta en su propia burbuja que apenas tiene conexiones reales con las personas y el mundo que la rodea y que si no quiere desaparecer por completo entonces necesita hacer grandes cambios en su vida.

“Aunque pueda parecer abstracto, la idea principal que quería transmitir con la serie era lo extraña que es la vida hoy en día”, revela el creador y director de la serie, Álvaro Carmona.

“Sentí que gracias a las nuevas tecnologías, poco a poco hemos aceptado comportamientos muy extraños como normales en nuestra vida diaria. Esta noción, junto con el hecho de que hoy en día todo el mundo es artista (o al menos creador de contenidos) gracias a nuestros teléfonos, me llevó a encuadrar la serie en el contexto del mundo del arte”.

El espectáculo está ambientado íntegramente desde la perspectiva de Ana, una decisión que, según

Productores: Atresmedia TV en colaboración con Buendía Estudios

Distribuidor: Atresmedia TV International Sales

Pantalla: Atresplayer

Sinopsis: Ana, la asistente de un famoso artista, comienza a desaparecer; si no quiere volverse invisible, tendrá que cambiar de vida

Carmona, ayuda a transmitir “cuán distante es ella como observadora de la realidad circundante” y a mostrar “la despersonalización de la vida moderna”, mientras que al mismo tiempo explora “cuán cerca ella experimenta las consecuencias de esa misma realidad en su búsqueda por encontrar su lugar en el mundo”.

Carmona agrega que los temas universales del programa lo harán atractivo para audiencias de todo el mundo: “Me propuse intencionalmente la angustia existencial de Ana y busqué no sentirse atada a un lugar o tipo de personaje específico. Sentirse comprendido, conectar con la familia, esforzarse por ser auténtico en un mundo diseñado para ser superficial, son cosas que resuenan en todos, hayas nacido en España, Australia o China”.



REGISTER NOW!

THE UNMISSABLE EVENT FOR INTERNATIONAL TV INDUSTRY PROFESSIONALS

La Mesías

Este thriller de 7 x 50 minutos explora temas como “la superación del trauma, la fe como herramienta para llenar el vacío y el arte como único refugio frente al terror”, afirma María Valenzuela, directora general de Movistar Plus+ Internacional.

Escrita, dirigida y producida por Javier Ambrossi y Javier Calvo, la serie sigue a Enric, un hombre atormentado por una infancia marcada por el fanatismo religioso cuyo traumático pasado vuelve a él cuando ve un vídeo musical viral de una banda de pop cristiano liderada por su hermanas.

La Mesías se inspira en “diferentes casos de sectas familiares y de niños que viven confinados dentro de sus hogares para mostrar que todo lo que nos suceda de niños definirá nuestra edad adulta”, revela Valenzuela.

La historia salta desde 2013 hasta la década de 1980, cuando Enric y su hermana Irene son niños, y luego también los sigue en 1997, cuando son adolescentes.

Productores: Suma Content & Movistar Plus+

Distribuidor: Movistar Plus+ International

Pantalla: Movistar Plus+

Sinopsis: Un hombre debe afrontar el trauma de su pasado tras haber crecido con una madre fanáticamente religiosa

“Enric vive todo a través de la autodestrucción. Todo su pasado y sus experiencias vitales lo llevan a un proceso de regresión interior y violencia. Sin embargo, cuando ve a sus hermanas siente la necesidad de buscarlas a todas y tratar de salvarlas”, comparte Valenzuela.

En el caso de Irene, su mecanismo de supervivencia ha sido tapan e ignorar su dolor, casi como si no existiera, creando una vida que le brinde seguridad y sin esperar nada más que estabilidad para no enfrentarse a ninguno de sus fantasmas.

Valenzuela dice que *La Mesías* es una “serie high concept, absolutamente diferente a todo lo que hemos visto antes” y cree que la “historia arriesgada pero cautivadora” atraerá al mercado global.





SuperThings: Rivals of Kaboom – Kazoom Power

Creada junto con la línea de juguetes SuperThings, esta serie animada en 3D está preparando ya dos temporadas, con 52 episodios que se lanzarán durante los próximos dos años y un largometraje previsto para 2026.

Dirigida a niños de entre 6 y 10 años, la serie sigue a Kai, Finn y Mía, tres jóvenes que se transforman en Kid Kazoom, Kid Fury y Multy, también conocidos como Kazoom Kids, después de haber sido expuestos a la energía kazoom.

Cada uno de los niños desarrolla superpoderes que están directamente relacionados con sus personalidades y gustos individuales. Una vez que llegan a Kaboom City, se proponen detener el malvado plan de los poderosos villanos Mr King y Profesor K, que están tratando de apoderarse de la ciudad.

Sin embargo, su amistad pronto se verá puesta en duda cuando se encuentren en bandos opuestos.

“La serie gira en torno a tres temas principales: el poder de la imaginación, la importancia del trabajo en equipo en el éxito de todo héroe y la sana rivalidad, afirma Claudia Nario, ejecutiva de ventas internacionales de Filmax.

“*SuperThings* ofrece una forma divertida y diferente de entender y explorar el mundo. Con imaginación,

cualquier objeto puede convertirse en algo diferente, algo maravilloso y algo fantástico. *SuperThings* también ofrece una visión diferente de lo que es un héroe, representando la idea de un héroe que no trabaja solo como individuo, sino en un grupo de amigos que trabajan en equipo.

“Finalmente, la serie explora la rivalidad sana como una forma de sacar lo mejor de uno mismo. A lo largo de la serie también exploraremos temas como el autocontrol, la importancia de pensar antes de actuar, la fuerza del trabajo en equipo, el esfuerzo y la recompensa, la reconciliación y el éxito y el fracaso. Creemos que la exploración de estos temas ayudará al crecimiento y desarrollo de los espectadores más jóvenes”.

Nario agrega que a los niños les encantará la “acción, la emoción, el ritmo, la tensión, el humor y, sobre todo, las misiones extravagantes” que presenta el show, así como las “impactantes imágenes, la fantasía y el humor de la serie”.

Productores: Filmax, Tandem Films & Turanga Films

Distribuidor: Filmax

Pantalla: RTVE & À Punt

Sinopsis: Tres jóvenes superhéroes aprenden sobre el poder de la imaginación y el trabajo en equipo mientras luchan contra malvados villano

El Conquistador



Formato de supervivencia extrema en el que equipos se enfrentan a una serie de desafíos extremos de capturar la bandera que ponen a prueba su destreza física, así como su fuerza mental y su capacidad para trabajar en equipo.

“Las condiciones de vida en los campos son apenas humanas, y la resistencia y la fuerza de voluntad de los concursantes son llevadas al límite: durmiendo en el barro, en malas condiciones climáticas, rodeados de mosquitos”, dice Amparo Castellano, responsable de sin guión de The Estudio Mediapro.

“Además, se enfrentan a la escasez de alimentos: los concursantes sólo podrán comer si ganan los desafíos de inmunidad; de lo contrario, tendrán que subsistir con comida enlatada de la pequeña mochila que les entregarán al comienzo de la aventura”.

Por si fuera poco, los desafíos van desde saltar al vacío desde una altura de 20 m hasta caminar sobre el fuego

Productores: Hostoil

Distribuidor: The Mediapro Studio

Pantalla: RTVE

Sinopsis: Formato de supervivencia en el que tres equipos compiten en desafíos extremos de capturar la bandera por el privilegio de comer y dormir bien

con las manos y los pies atados.

“Cuando decimos que es el reality de supervivencia más extremo del mundo, no estamos bromeando”, añade Castellano.

Añade que el formato es muy escalable, habiendo demostrado ya su popularidad en la televisión autonómica vasca ETB, donde lleva 19 temporadas en emisión. El formato ahora ha llegado a una audiencia nacional en RTVE y Castellano ve un gran potencial, particularmente entre las audiencias más jóvenes y de la Generación Z a nivel internacional. **TBI**

61ST SPRING INTERNATIONAL TELEVISION MARKET

miptv[®]

CANNES FRANCE
8-10 APRIL 2024

Featuring
the biggest weekend
in unscripted

mipdoc[®]
mipformats[®]

PRE-MIPTV 6-7 APRIL 2024

In partnership with  CANNESERIES

Built by
RX

In the business of
building businesses

MIPTV®, MIPDoc® and MIPFormats® are registered
trademarks of RX Global - All rights reserved

A man and a woman are standing in a room with floral wallpaper. The man is on the left, wearing a black blazer over a white shirt, looking towards the woman. The woman is on the right, wearing a black top, looking back at the man. There is a painting on the wall behind them.

Momento de crecimiento

Las miniseries y las historias sólidas, junto con la distribución en plataformas y canales FAST, están creando nuevas oportunidades de negocio para la ficción turca. Andy Fry informa

La exportación global de dramas turcos ha sido una de las historias de éxito en el mundo de la distribución en las últimas dos décadas, con títulos como *Magnificent Century*, *1001 Nights*, *Ezel*, *Insider* y *Endless Love* convirtiéndose en títulos muy conocidos y con legiones de fans en todo el mundo.

Sin apenas perder el ritmo debido a la pandemia de Covid-19, el valor de las ventas alcanzó un récord de 600 millones de dólares durante 2022, según cifras publicadas por la Cámara de Comercio de Estambul (ITO).

Crecimiento del mercado no tradicional

Gran parte de este éxito se debe a la continua popularidad del drama turco en los mercados principales, incluidos América Latina, Europa Central y Oriental, el Sudeste Asiático, India y Oriente Medio, donde se han restablecido las relaciones de manera positiva, después de un par de años congeladas. Pero también existe una fuerte sensación entre los distribuidores de que el contenido turco se ha adaptado bien a los cambios en el negocio de contenidos, aprovechando nuevas oportunidades.



Golden Boy ha sido vendido en Finlandia y Suecia

Un avance clave, las relaciones de manera positiva, después de un par de años congeladas, ha sido el progreso en la penetración de nuevos mercados no tradicionales. España, Italia y África se subieron al tren del drama turco antes del Covid, y ahora Francia ha seguido su ejemplo, con M6 adquiriendo *Brave And Beautiful* en MIPCOM.

Según Ozkubat, el último éxito de Eccho, *Golden Boy*, se ha vendido en 100 territorios, incluidos Finlandia y Suecia. “Hemos establecido una fuerte presencia en Suecia”, dice, “con la venta de dramas como *The End* y *The Red Room* también”. *Golden Boy* también vendió a MBC en Oriente Medio, lo que pone de relieve el reciente acercamiento.

La expansión del negocio de las series turcas se ha notado también en plataformas, tanto globales como regionales. Goryana Vasileva, gerente de ventas para OTT y Europa de Calinos, señala acuerdos con empresas como Disney+, HBO Max, Amazon y Pluto, así como con players regionales de todo el mundo. “Uno de nuestros dramas, *Deeply*, debutó en Serially en Italia en diciembre”, añade.

Esta tendencia es confirmada por la mayoría de los principales exportadores turcos, y Ozkubat de Eccho cita ventas a empresas como HBO Max (Lat Am), Shahid y Etisalat (MENA) y Amazon India. El fundador y director ejecutivo de Global Agency, Izzet Pinto, dice que su empresa ahora está trabajando con “docenas de plataformas VOD”, mientras que la empresa también cerró sus primeros acuerdos con canales en Venezuela y Curazao el año pasado.

El jefe de ventas de ATV Distribution, Müge Akar, también está avanzando tanto en el frente lineal como en el de streaming. “Este año cerramos nuestros primeros acuerdos en Vietnam e Italia. En cuanto a las plataformas de streaming, hemos ampliado nuestro alcance a través de acuerdos con empresas como Globoplay [en Brasil] y VIX y Canela TV en Estados Unidos, y se anunciarán más”.

El fundador y director ejecutivo de Inter Medya, Can Okan, dice que los streamers de MENA, CEE y América Latina se han convertido en clientes clave, con su drama criminal *The Pit* llegando a nuevas audiencias en Shahid de MBC en MENA y su miniserie *Naked* batiendo récords en Globoplay de Brasil.

Volviendo al punto anterior sobre la expansión geográfica, Okan añade que las miniseries también están abriendo territorios que normalmente no habían adquirido contenido turco. “Cerramos un acuerdo con Monomax de Tailandia, una plataforma SVOD líder, y llegamos a un acuerdo en Italia para la serie criminal *Interrupted*, una historia innovadora sobre un periodista que pierde la vida y regresa en un cuerpo diferente”.

Mantener el enfoque

Un impulso adicional al crecimiento del streaming de dramas turcos ha sido el lanzamiento de servicios SVOD dedicados. La emisora pública TRT ha lanzado Tabii, un servicio internacional disponible en plataformas como YouTube y Roku, que transmite series exitosas como *Resurrection Ertuğrul* y *Hold My Hand*, con planes de producir originales.

También está Kanal D Drama, una filial internacional de la emisora nacional líder Kanal D. El servicio opera actualmente en 15 países y recientemente ha lanzado de 3.000 horas en Amazon Prime Video en Chile y Colombia.

Y si bien Turquía siempre ha destacado en series históricas, policiales y románticas, la cambiante base de clientes ha provocado una evolución en la gama de contenidos.

Global Agency, por ejemplo, está vendiendo el éxito de Fox Turquía, *Another Love*, la historia de “un presentador y un fiscal, involucrados en una aventura mientras ambos buscan revelar la oscura verdad sobre un misterioso asesino en serie”, dice Pinto.

Akar, de ATV Distribution, dice que el próximo título de su compañía, *Altın Kafes*, basado en la serie coreana *The Last Empress*, es una intrigante mezcla de romance y suspense, que se centra en un rico heredero y un maestro idealista que se enamora en el contexto de un intento de asesinato.

Safir, que se centra en el hijo mayor de una familia adinerada que regresa a Turquía después de educarse en los EE. UU., ha sido un éxito en el horario estelar de ATV y recientemente una intrigante mezcla para Rumania. “Tiene los elementos locales que hacen que los títulos turcos sean únicos”, dice Akar, “pero es universal al mismo tiempo”.

Okan, de Inter Medya, añade que su cartera abarca dramas, miniseries y películas tradicionales. “Nuestras miniseries suelen constar de entre ocho y 25 episodios con narrativas más atrevidas y trepidantes. Ofrecen la oportunidad de llegar a países donde quizás no existía el hábito previo de consumir contenido producido en Turquía”.

Los ejemplos incluyen el thriller psicológico *Respect*, centrado en un personaje sociópata. Okan también señala que se están llevando a cabo negociaciones con streamers y canales de televisión lineal en Australia y Suecia para *The Ivy* y *Dreams & Realities*.

Formatos y coproducciones

El contingente turco también ha redoblado su apuesta por los formatos de ficción para aumentar su presencia. Pinto, de Global Agency, cita acuerdos en Bulgaria y acaba de sellar una nueva versión de *Another Love* en Grecia,

“Las miniserries ofrecen la oportunidad de llegar a países donde quizás no existía el hábito previo de consumir contenido turco”

Can Okan,
Inter Medya



mientras que una cadena estadounidense anónima está “evaluando” otro proyecto.

Subrayando el deshielo de las relaciones con Oriente Medio, Global Agency también licenció el formato de *1001 Nights* a MBC. Luego de otra adaptación de este programa en India, la versión de MBC, *Sara*, tuvo un buen desempeño y se vendió en América Latina y Europa Central y Oriental.

Otros informan de éxitos similares. Pro TV de Rumania está rehaciendo *Insider* distribuido por Eccho, dice Ozkubat, “y también acabamos de cerrar algunos acuerdos de formato en India”. Otra cadena rumana, Antena 1, tiene hasta cuatro temporadas en *That's My Life* (conocida localmente como *Adela*), distribuida por Calinos, dice Vasileva. “Ahora el canal está rehaciendo la comedia romántica *No: 309*. También otorgamos la licencia del formato de *That's My Life* a África”.

Estas tendencias son evidentes en toda la industria. ATV Distribution ha licenciado los formatos de *A Little Sunshine*, *For My Family*, *Foster Mother* y *Lifeline* en mercados como México y España, dice Akar. Mientras

Analizando la estrategia en ficción turca de Netflix

Netflix ha influido en el crecimiento global del drama turco en los últimos años. Inicialmente un comprador, el streamer ahora invierte en originales, dice Pelin Distas (en la foto), directora de series en Turquía, con programas como *Shahmaran*, *¿De quién estábamos huyendo?* y *The Tailor*, todas en su lista de las 10 mejores series no inglesas en más de 50 países.

“Mostramos historias audaces como *The Creature*, una versión única del Frankenstein de Mary Shelley, y las temporadas de *The Club*, con el lanzamiento de *As The Crow Flies* el 14 de diciembre”.

A pesar de la actual desaceleración en el mercado mundial de ficción, Distas dice que Netflix mantiene su compromiso con el contenido turco. “Estamos desarrollando activamente una lista de espectáculos sólida y diversa para 2024. Estos incluyen *Kubra* (en la foto, derecha), *A Round Of Applause*, *Thank You Next* y *Art Of Love*, así como shows populares que regresan con nuevas temporadas como *Ersan Kurneri*, *Another Self* y *In Good Hands*, solo por nombrar algunos.”

Distas dice que la plataforma ha construido sólidas relaciones locales, con la apertura de una oficina en Estambul hace dos años. “Ahora estamos completamente integrados en el ecosistema creativo turco”, dice, y agrega que el operador está apoyando nuevas voces como Özgür Önürme, “quien debutó como escritor y director con *Fatma*, una serie de Netflix que obtuvo éxito y fue adaptada en Sudáfrica. Özgür ahora está desarrollando un nuevo programa, *Asaf*, para Netflix.

En cuanto al cine, añade Distas, *Last Call For Estambul*, protagonizada por Beren Saat y Kivanç Tatlıtuğ, estuvo entre las 10 mejores películas no inglesas en más de 70 países en diciembre, lo que subraya la demanda mundial.

Distas dice que Netflix también busca fomentar “historias audaces que de otro modo no habrían contado”, señalando programas como *Kubra*. La compañía también está experimentando la tendencia del formato de ficción mencionada anteriormente, “creando oportunidades globales para el talento turco, tal como lo hicimos con Ece Yörenç, cuyo guión se ha adaptado a un increíble programa de Netflix en España”.



Leylifer, fue coproducida por Inter Medya y Caracol International, con sede en Colombia

tanto, México también ha sido un mercado de moda para Inter Medya, con los derechos de como de *Red Bufanda*, *Black Money Love* y *The Light of Hope* adquiridos recientemente. Otros acuerdos de formato de ficción de Inter Medya incluyen *Bitter Lands* to Grecia y *Forgive Me* en Iraq.

Con los presupuestos globales para contenido guion bajo presión, las empresas turcas también se han vuelto más abiertas a la colaboración, dice Vasileva de Calinos, quien agrega que su compañía está “tratando de centrarse más en coproducciones transfronterizas, así como en asociaciones con plataformas de streaming”.

Okan dice que el viaje de coproducción de su compañía comenzó con una asociación junto con Telemundo Global Studios de NBCU, con *Hicran* y la primera serie premium, *Blue Cage*, ya completada.

Tras este hito, Inter Medya firmó un acuerdo de coproducción con Caracol Internacional de Colombia, dando como resultado un programa llamado *Leylifer*. Más recientemente, Okan anunció un acuerdo de coproducción con Mega Global Entertainment, liderada por Esperanza Garay. La primera serie de esa asociación se dará a conocer en enero.

También están surgiendo nuevas vías de crecimiento. Un área que las empresas turcas están empezando a explorar es FAST, que se adapta bien a los productos con guión del país.

“Hemos cerrado bastantes acuerdos de canales FAST en EE.UU. y Latinoamérica, por ejemplo con Samsung TV Plus en Brasil”, dice Vasileva, mientras que Okan añade que Inter Medya está “a punto” de lanzar sus propios canales FAST en Latinoamérica y MENA.

Para los creadores y distribuidores de contenidos turcos, la dirección a seguir está clara. **TBI**



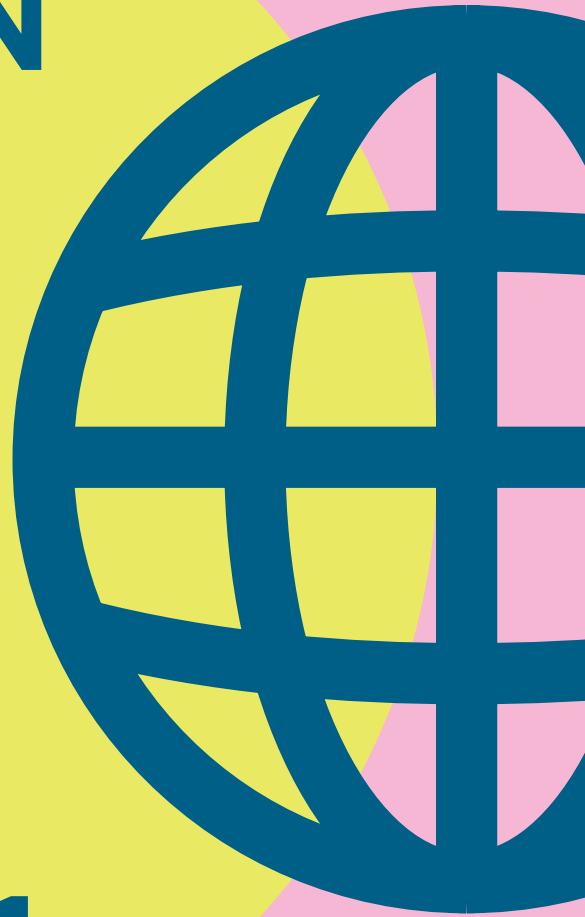


EFM

**EUROPEAN
FILM
MARKET
IT ALL
STARTS
HERE**

**15–21
FEB 2024**

EFM-BERLINALE.DE





Recorriendo el sendero de la coproducción

En un mercado en el que habitualmente las televisiones y plataformas han acaparado todos los derechos, se empieza a abrir la mentalidad a modelos de financiación más colaborativos para abordar series de ficción más ambiciosas y competitivas. Irene Jiménez informa

España es, junto con Reino Unido, uno de los países europeos favoritos de las plataformas de streaming para producir series de ficción. Así lo indican los datos de un reciente estudio del Observatorio Audiovisual Europeo, con 34 series producidas por los streamers en suelo español en 2022. Un número que seguramente se haya mantenido en 2023, año en que sólo Netflix ha estrenado doce series españolas originales, entre lanzamientos absolutos y nuevas temporadas. Junto con los servicios locales atresplayer y Movistar Plus+ estamos ante los principales dinamizadores de la industria de la ficción en España, a la vez que la televisión pública nacional RTVE acelera su producción propia en este género.

El mismo estudio revela que la coproducción internacional en Europa fue de sólo el 7 por ciento en series de ficción en 2022 y la mayoría de ellas se dieron entre países limítrofes que, en muchas ocasiones, comparten el mismo idioma. En este sentido y a

priori, España lo tendría más difícil para ser un socio coproductor, pero el país de *La casa de papel* y *Veneno* mantiene acuerdos bilaterales de coproducción con países como Argentina, Canadá, Francia o Portugal, a los que se ha sumado recientemente Uruguay. Además, el ICEX, instituto que impulsa la internacionalización de las compañías españolas, ha identificado a Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, China, Corea, Japón, India y Turquía como mercados estratégicos. Con uno de los incentivos fiscales más atractivos de Europa y siendo parte del nuevo fondo de Eurimages en favor de la coproducción de series, España reúne muchos requisitos para seguir diversificando sus modelos de financiación y beber de fuentes extranjeras.

Poco a poco va cambiando la mentalidad de ejecutivos y productores en un mercado en que, tradicionalmente, las cadenas de televisión se han limitado a realizar encargos de producción y han acaparado todos los derechos. Un buen ejemplo

Zorro se verá en Prime Video en América e Iberia, así como en varias televisiones europeas.

de apertura hacia la coproducción nacional e internacional es RTVE, cuya plataforma bajo demanda, RTVE Play estrenó a finales de noviembre *Esto no es Suecia*, ganadora del Prix Europa en 2023. La serie de ficción, creada desde las compañías catalanas independientes Funicular Films y Nanouk Films, es una coproducción de RTVE, la televisión pública catalana TV3, la productora Anagram Sweden, SVT de Suecia, NDR de Alemania y YLE de Finlandia, financiada con el apoyo de instituciones públicas como ICEC de Cataluña o MEDIA de Europa. “Lo más difícil de las negociaciones ha sido establecer la estrategia de estreno”, confiesan Aina Clotet y Sergi Cameron, principales artífices de *Esto no es Suecia*, que tiene también el título de ser la primera ficción original de RTVE Play. Y es que, tal y como señalan muchos productores, todos los operadores quieren la primera ventana. Después de varios años de cocinado a fuego lento y de haber pasado por laboratorios de desarrollo como Torino TFL Next TV Series, la serie sobre las contradicciones de la paternidad se estrenó al completo en RTVE Play un día después de su lanzamiento en lineal en TV3. Y todavía tiene por delante el resto de su carrera internacional.

A *Esto no es Suecia* le sigue los pasos *Cicatriz*, la primera coproducción de España y Serbia. El thriller (8x45), basado en la novela homónima del autor español Juan Gómez-Jurado, está liderado por la compañía independiente española Plano a Plano, que produce con Dopamine y la serbia Adrenalin, en asociación con RTVE, Prime Video España y Telekom Srbija. Involucrada en el proyecto también está Asacha

Media Group, que presentó *Cicatriz* a la operadora serbia. “Lo que en el libro sucede en Chicago y Rusia en la serie ocurre en Bilbao y Belgrado. Hemos cambiado las localizaciones para que la coproducción con Serbia tenga más sentido”, comenta Emilio Amaré, director general de Plano a Plano, compañía que ha conseguido preservar un alto porcentaje de la IP de la serie. El esquema de financiación se beneficia también de los elevados incentivos fiscales de Bilbao. Para Telekom Srbija, *Cicatriz* es su primer proyecto internacional y por ello se ha comprometido “profundamente en el proceso creativo, incluido el casting y lo referente a la trama serbia. Estamos seguros de que el proyecto aportará algo nuevo y fresco a la industria”, en palabras de Aleksandra Martinović, directora de la División Multimedia de Telekom Srbija. *Cicatriz*, que en España se verá primero en RTVE y después en Prime Video, estará lista para su estreno en septiembre de 2024. RTVE se ocupa de las ventas internacionales.

Quedándonos en Europa, *El tesoro de Lucio* supone la primera incursión de Red Arrow Studios International en el mercado español. Las productoras Vértice 360, seleccionada en las sesiones de pitch de Series Mania Forum, Conecta FICTION y MIA Market de Roma, junto a Friki Films, afincada en Cataluña, presenta esta miniserie de ficción basada en hechos reales, sobre el anarquista Lucio Uturbia, que estafó a una entidad bancaria en los años 80 al más puro estilo Robin Hood. “Hemos estado dos años trabajando en el desarrollo y en la estrategia de financiación de *El tesoro de Lucio*, un proyecto que tiene una estructura natural



La serie española *Esto no es Suecia* ha sido coproducida por varias televisiones públicas europeas



Cicatriz es la primera coproducción entre España y Serbia. RTVE se ocupa de las ventas internacionales

de coproducción internacional porque su protagonista es español, pero la historia sucede en París, y algunos personajes son agentes de la CIA estadounidense”, comenta Rodrigo Herrera, vicepresidente de adquisiciones y coproducciones de ficción de Red Arrow Studios International. Además de por su poderosa historia, Herrera se fijó en *El tesoro de Lucio* porque estaba en un estado incipiente, “sin televisiones ni plataformas a bordo”, por lo tanto, los derechos y la distribución estaban libres.

“Nuestra idea es ahondar en el modelo de colaboración de múltiples socios para no depender tanto de que una televisión o una plataforma de luz verde a un proyecto”, comenta Sara Fernández Velasco, CEO de Grupo iZen. Con productoras en España e Inglaterra y una joint venture en América llamada Cacao & Cía, iZen ha producido *Memento Mori*, una serie Amazon Exclusive adquirida por Prime Video para España y Portugal que ha completado su financiación con el mínimo garantizado de Newen Connect, encargada de las ventas internacionales, la aportación de FORTA (televisiones españolas públicas regionales), desgravaciones fiscales y el Ayuntamiento de Valladolid, ciudad que acogió buena parte del rodaje. “En este caso, preservamos el cien por cien de la propiedad intelectual, lo cual es una maravillosa noticia. Sin duda, corremos más riesgo, pero podemos ser más ágiles en las decisiones y tener más de independencia. Creo que es el modelo más beneficioso para todos, también lo estamos utilizando en Inglaterra

y en Latinoamérica”, añade Fernández Velasco. iZen está trabajando en dos proyectos especialmente grandes, uno de ellos sobre espías en coproducción con Inglaterra que se grabaría en parte en inglés y arrancararía, previsiblemente, en 2024.

Siguiendo este modelo Amazon Exclusive, la industria española cuenta innumerables ejemplos, como la serie española más popular a nivel doméstico, la comedia *La que se avecina*, de Contubernio Films, o *Zorro*, de Secuoya Studios, que ya anunció sus primeras ventas internacionales en MIPCOM 2023 a cargo de Mediawan Rights. También Parot, de Onza, cuya continuación, *Perverso*, estará lista este año.

Sin olvidar que ya se han anunciado varios acuerdos entre compañías españolas y turcas, podemos girar la mirada hacia el otro lado del charco, donde encontraremos unas cuantas compañías españolas que han optado por abrir oficina en puntos como Los Ángeles, Miami o México, o que cuentan con una red de productoras y producen directamente desde allí. Porque, a pesar de compartir idioma e historia, la coproducción entre España y Latinoamérica no es tan fácil como parece. Así, The Mediapro Studio mantiene una alianza de desarrollo y producción con ViX de la que ya han surgido títulos como *Las Pelotaris*, 1926. El servicio de TelevisaUnivision ha trabajado con otra compañía española, Onza Americas, en una de sus series de 2023, *Isla Brava*, y mantiene un acuerdo con la escritora española María Dueñas (*El tiempo entre costuras*) del que ya ha surgido *Los Artistas*, coproducción de la mexicana 360 Powwow y la española Isla Audiovisual que en España ha estrenado Prime Video. Otras como *The Immigrant*, respaldada por Fremantle, han realizado el viaje al revés y han aterrizado en Madrid después de comenzar su andadura en Los Ángeles, Miami y México.

La relación entre operadores también se da a nivel transoceánico. Por ejemplo, Movistar Plus+, que en 2023 ha lanzado nueve series originales de ficción, ha colaborado con Telemundo para abordar series como *Dime quién soy*, *El Inmortal* o más recientemente *El dentista* y *Bellas Artes*. Esta última es una comedia creada por los argentinos Andrés Duprat, Mariano Cohn y Gastón Duprat que se estrenará en Latinoamérica a través de Star+ de Disney y que llegará a España a través de Movistar Plus+. Por su parte, *El dentista* es un thriller de época de suspense que se ha grabado en México con los chilenos de Pablo y Juan de Dios Larraín como productores. En este caso, la serie se estrenará en ViX para América, y en España a través de Movistar Plus+, que también gestionará las ventas internacionales de la ficción. Una manera más de seguir alimentando los catálogos optimizando el presupuesto. **TBI**

Save the date

mip[®] cancun

19-22 November 2024

Moon Palace Resort Hotel,
Cancun, Mexico

**The #1 Content and
Co-Production Market
for Latin America and
US Hispanic Television**

Built by
RX In the business of
building businesses

MIPCANCUN® is a registered trademark
of RX France - All rights reserved





Más que asesinatos

Las series españolas sobre crímenes reales están creciendo en número y atrayendo la atención internacional, escribe Irene Jiménez, mientras que las sinergias con las series policíacas con ficción también resultan cada vez más atractivas para los comisarios de todo tipo.

Desde la televisión pública hasta la última plataforma, todos se han dejado seducir por el true crime en España. Sean casos retorcidos de asesinato u otro tipo de delitos, véase corrupción o abusos sexuales, todos los operadores quieren su pedacito de éxito de este género.

Mismamente, RTVE, la televisión pública nacional, ha hecho del true crime uno de los puntos diferenciales de su plataforma bajo demanda, RTVE Play. “En los canales lineales no ofrecemos este género y por eso decidimos apostar por él. Creo que el true crime es una manera de hablar de la sociedad española en ciertos momentos de la historia, es un buen género para explicarnos a nosotros mismos”, comenta Alberto Fernández, director de RTVE Play. Entre las producciones originales que el servicio engloba bajo la etiqueta de true crime están *El asesino de la baraja* (Goroka), sobre un asesino en serie de 2003; *El robo del Códice* (Cuarzo Producciones (Banijay Iberia)), sobre el robo Códice Calixtino de la Catedral de Santiago de Compostela en 2011; *Malaya. Operación secreta* (Atlantia Media), sobre el mayor caso de corrupción política y urbanística de España; y *Pacto de silencio* (producción interna), una miniserie sobre la misteriosa desaparición tras ser arrestado de un ladrón que realizaba pequeños robos en el Madrid de los años 80. Anteriormente, también ha producido *Lucía en la telaraña* (El Cañonazo, The Facto), sobre el asesinato sin resolver de una mujer en 2008, y *Edelweiss* (100 Balas (The Mediapro Studio)), la historia de una secta que operó entre 1971 y 1984 en España.

“Creo que el concepto de true crime en España es más laxo y más amplio en comparación con el estadounidense. Quizá tengamos una historia negra más corta, también detecto una cierta saturación del género en su concepción más clásica”, añade. Aun así, RTVE Play tendrá en 2024 dos nuevos true crimes

sobre asesinatos, uno de ellos en coproducción con la televisión pública valenciana. “Creo que el true crime es algo muy local y, por eso, viaja poco. Un crimen tiene mucho que ver con la sociedad en la que sucede, con la memoria colectiva del país, y por eso su interés a nivel internacional es limitado. En el terreno documental, sí tenemos propuestas de temáticas sociales para trabajar con otros países, pero no de true crime”, asegura Fernández.

Una visión opuesta a la experiencia de la compañía gallega Ficción Producciones, que se introdujo en el género a raíz de la serie de ficción *Operación Marea Negra*, un Amazon Exclusive en el que también participan varias televisiones públicas regionales de España. La historia, basada en los hechos reales del primer narcosubmarino casero que llegó a las costas europeas, es distribuida a nivel internacional por eOne. “Por ejemplo, Roku adquirió primero la serie de ficción y después el documental para su estreno en Estados Unidos y México. Nosotros pensábamos que tanto *Operación Marea Negra* como *Una historia de crímenes*, la segunda producción true crime que hemos abordado, tendrían sólo distribución local, pero hemos visto que hay apetito fuera de España”, asegura Mamen Casal, coordinadora de producción y ventas de Ficción Producciones. En concreto, *Una historia de crímenes*, otro Amazon Exclusive con dos temporadas, ha despertado el interés de compradores internacionales como formato. “Hemos huido de las recreaciones y de los capítulos monográficos, de manera que cada episodio de *Una historia de crímenes* trata varios casos, con testimonios de las víctimas y con las aportaciones de un equipo de expertos que se mantiene en todas las entregas”, recalca Casal.

El máximo exponente del true crime en España es el periodista Carles Porta y su serie *Crimis*, estrenada por la televisión pública catalana TV3 en 2020 y con tres temporadas ya producidas. Este título está disponible a nivel nacional a través de Movistar Plus+ y Netflix y ya cuenta con cierta trayectoria internacional. “Lo

Luz en la oscuridad, de Carles Porta, es la evolución de la aclamada *Crimis*



que sorprende a nuestros clientes es que *Crimis* tiene una calidad intachable, tanto visual como narrativamente”, dice Beatrice Nouh, directora de ventas de Onza Distribution, encargada de las ventas internacionales. *Crimis* ha sido adquirida por ZDF de Alemania y por Netflix para Latinoamérica, incluso ha llegado a China. El prestigio de Porta no ha dejado de crecer y a finales de 2023 presentó *Luz en la oscuridad*, una producción original de Movistar Plus+ definida por él mismo como “la evolución de *Crimis*”. “Tenemos más presupuesto y apostamos por una narrativa más cinematográfica. Para mí, el true crime parte del periodismo para aproximarse al cine o a la literatura, con historias potentes que ayudan a entender cosas de la sociedad, lejos del morbo, por supuesto. Estoy muy satisfecho de *Luz en la oscuridad* porque el resultado es muy potente”, asegura Porta. El periodista está valorando propuestas de países europeos y latinoamericanos para dar el salto internacional, “es algo que llegará, estoy seguro, pero lo que hacemos requiere tiempo y calma, no puede hacerse deprisa.”

Otra de las compañías españolas que se ha adentrado en el true crime es You First Originals. En 2022, la productora estrenó en coproducción con Beta Entertainment Spain *11 Tiros FC*, sobre asesinatos, violaciones, suicidios, peleas, secuestros y crímenes de todo tipo que han tenido lugar en el mundo del fútbol. Maradona, Johan Cruyff, Andrés Escobar o Daniel Correa son algunos de los futbolistas protagonistas. La serie de ocho capítulos fue adquirida por HBO Max para su estreno en Europa y Latinoamérica, y también ha llegado a Oriente Medio a través de Shahid, plataforma de MBC Group. “Estamos trabajando en otros true crimes centrados en ámbitos como la música”, asegura Javier Martínez, responsable de producción original de You First. La compañía también está desarrollando otros formatos en los que la Inteligencia

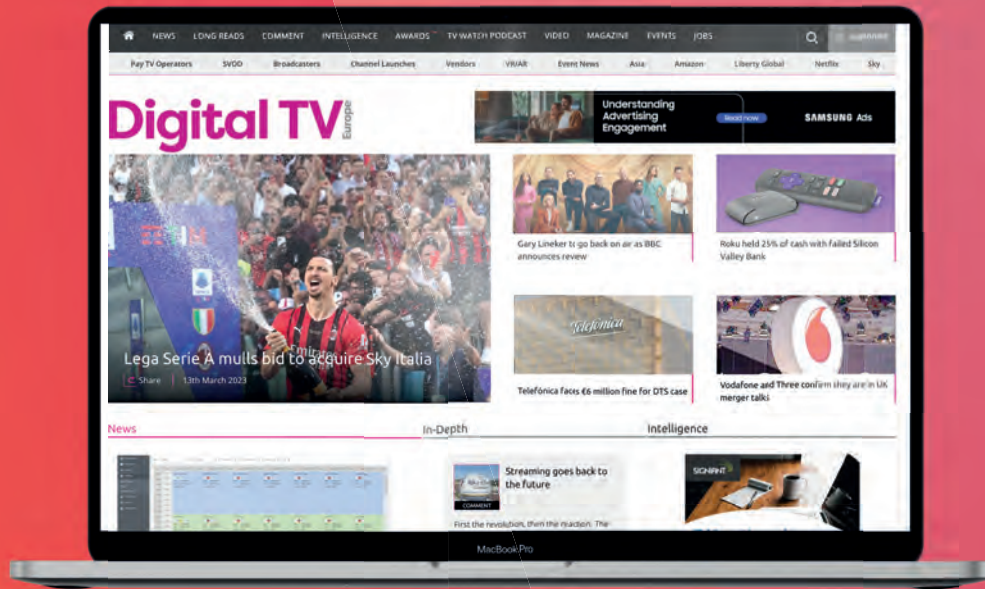
El asesino de la baraja es uno de los true crimes originales de RTVE Play

Artificial juega un papel clave en las investigaciones.

El año 2023 ha supuesto la primera incursión en el género para atresplayer, la plataforma SVoD de Atresmedia, y el canal de TV en abierto Cuatro, de Mediaset España. El primero ha relatado en *No se lo digas a nadie* el asesinato de una familia cerca de Madrid a cargo de un joven brasileño que fue narrando los hechos a un amigo por WhatsApp. Por su parte, Cuatro ha estrenado el programa semanal de prime time *Código 10* (Producciones Mandarina), la única oferta del género en abierto actualmente en España a nivel nacional.

La industria de la ficción también se está beneficiando de esta explosión del true crime. Así, Netflix estrenó en 2023 *El cuerpo en llamas* (Arcadia Motion Pictures), serie de ficción basada en el fascinante “caso de la guardia urbana”, uno de los más destacados de *Crimis*. La misma plataforma lanzará en 2024 *El caso Asunta*, miniserie de ficción sobre el asesinato de una adolescente a cargo de sus padres adoptivos en 2013 en Galicia. Bambú Producciones ya exploró el caso en una de las primeras series de true crime de la televisión española, *El caso Asunta. Operación Nenúfar*, estrenada por Antena 3 en 2017 con discretos datos de audiencia. Quizá en ese momento el género no estaba suficientemente maduro entre el público español.

Otro ejemplo de sinergia entre el true crime y la ficción es *El Marqués*, nueva serie de ficción de Mediaset España basada en el asesinato de cinco personas en una pequeña localidad de Sevilla en 1975. El caso, rodeado de enigmas treinta años después, tendrá también su propia serie de true crime, *Los Galindos. Toda la verdad*. **TBI**

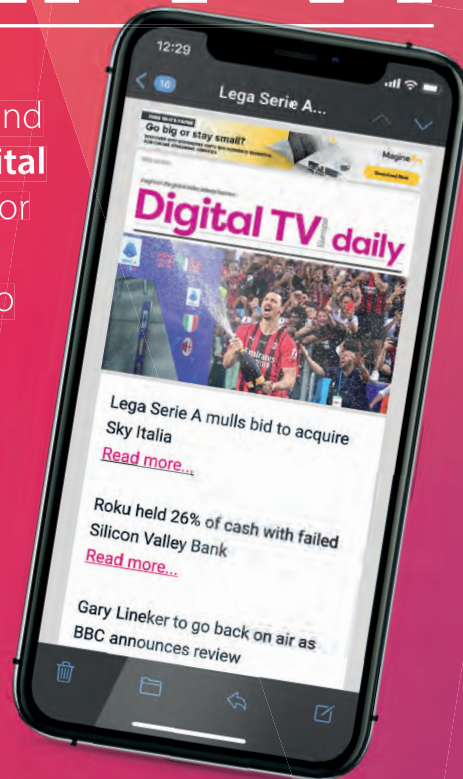


Digital TV Europe

With over 200,000 monthly page views and 39,000 daily newsletter subscribers, **Digital TV Europe** is the trusted market leader for authoritative, independent information and in-depth analysis on the digital video business internationally.

Stay informed with the **DTVE Daily** newsletter on the day's breaking news straight to your inbox.

Sign up here



Visit us at [digitaltveurope.com](https://www.digitaltveurope.com)

Brought to you by



informa
tech

Showrunners españoles

Las series españolas están encontrando nuevos públicos a lo largo y ancho del mundo. TBI habla con las showrunners de algunas de las ficciones más aclamadas del país

Laura Sarmiento (*El cuerpo en llamas*, de Netflix)



Streamers y televisiones han recortado el gasto en todo el mundo el último año. ¿Cómo ha afectado esto a la ficción española en España desde tu perspectiva?

Se están lanzando todavía muchos proyectos, pero pocos están pasando a una fase de desarrollo seria. Se requiere guión, pero por periodos más cortos: para iniciar una historia que probablemente morirá unas semanas después, en el primer encuentro con la plataforma.

Cuéntanos sobre tu último programa y qué lo hace único.

Mi último título es *El cuerpo en llamas* para Netflix. Es una auténtica ficción policial y también un thriller, pero es principalmente un retrato psicológico de los asesinos, una pareja de personas insatisfechas con incapacidad para afrontar la vida tal como es, lo que en mi opinión es un rasgo muy común. Me centré en la domesticidad del asesinato y el autoengaño que se requiere para tomar la decisión de matar.

Si pudieras desear que algo cambiara dentro de la industria de las series españolas, ¿qué sería?

Creo que debería haber mucho más reconocimiento para los escritores, lo que significa dos cosas principalmente: más respeto por su voluntad/visión artística; y salarios más altos. Está mejorando respecto al primer requisito, pero no veo mejora respecto al segundo.

¿Cómo han cambiado los presupuestos durante el año pasado y qué se espera para 2024?

En lo que respecta al departamento de guiones, los salarios parecen haberse congelado o, en algunos casos, incluso son más bajos que en los primeros años tras la llegada de los streamers. No sé qué esperar en 2024. Incluso habiendo sido un éxito *El cuerpo en llamas*, me han ofrecido contratos con tarifas bajas. Pero no estoy segura de si la razón es la crisis financiera o la falta de respeto hacia los escritores que mencioné antes.

¿Cuál será, en tu opinión, la tendencia clave de 2024 en cuanto a encargos de ficción?

Parece haber una obsesión por el thriller y el crimen real en los departamentos de desarrollo.

¿Cuál ha sido tu show en español favorito del año pasado?

Disfruté *Poquita Fe* de Movistar Plus+. Es una comedia minimalista sobre la vida doméstica de la pareja más común que puedas imaginar.



Tatiana Rodriguez (*La ley del mar*, de RTVE)

Streamers y televisiones han recortado el gasto en todo el mundo el último año. ¿Cómo ha afectado esto a la ficción española desde tu perspectiva?

Lo principal que ha creado es incertidumbre.

No sabemos muy bien qué va a pasar, ni cuál va a ser el modelo, pero sí sabemos que por el momento vamos a producir menos y más barato, y nos piden que mantengamos la calidad. Cada vez está más claro que todo el mundo ha pisado el freno.

Cuéntanos sobre tu último show y qué lo hace único.

La ley del mar es una miniserie para TVE, basada en hechos reales, que cuenta la historia del primer pesquero español que rescató a una embarcación con 51 inmigrantes a bordo, a 100 millas de la costa de Libia en 2006. Es única en la forma en que la humanidad y la “épica” cotidiana de los personajes de la vida real impregnaron la ficción durante todo el proceso creativo. Es uno de esos proyectos especiales en los que sabes que has tenido el privilegio de contar algo importante.

Si pudieras desear que algo cambiara dentro de la industria de la ficción española, ¿qué sería?

Le daría más importancia al guión y más tiempo a todos los procesos. También más relación entre los departamentos de guión, dirección y producción, para trabajar realmente juntos.

¿Cuál será, en tu opinión, la tendencia clave de 2024 en cuanto a encargos de ficción?

Creo que la atención se centra en la televisión en abierto. Pensábamos que estaba muriendo, pero no sólo no es así, sino que además las plataformas ahora lo ven como un referente.

¿Cuál ha sido tu show en español favorito de los últimos 12 meses?

La Mesías, la serie de Javier Ambrossi y Javier Calvo para Movistar Plus+.

Cuéntanos sobre uno de tus proyectos apasionantes que te encantaría o harías pero que aún no ha recibido luz verde.

Un drama fantástico ambientado en un pueblo del norte de España a finales de los años 60, sobre el impacto de la construcción de una presa. Cómo lo que parecía el futuro terminó siendo como vivíamos.

Gema R. Neira (*El caso Asunta*, de Netflix)



Streamers y televisiones han recortado el gasto en todo el mundo el último año. ¿Cómo ha afectado esto a la ficción española desde tu perspectiva?

Muchos proyectos se han visto paralizados porque varias plataformas han abandonado España. Hace varios meses nos encontramos con una serie que iba a estrenarse en Starzplay pero un mes antes de hacerlo la plataforma desapareció, por lo que tuvimos que buscar un nuevo hogar para el proyecto. Además, creo que ya se ha empezado a notar un pequeño descenso de la producción, así como una contención de los presupuestos que venían subiendo en los últimos años.

Cuéntanos sobre tu último programa y qué lo hace único.
Acabamos de terminar el rodaje de *El Caso Asunta* para Netflix, la serie de ficción sobre el caso Asunta Basterra, basada en un crimen real ocurrido en España. Produjimos un documental con Bambú sobre el mismo caso, pero pensamos que era momento de mostrarlo desde una nueva perspectiva.

Si pudieras desear que algo cambiara dentro de la industria de la ficción española, ¿qué sería?
Respeto a los creadores. Se han dado pasos en los últimos años, pero

la llegada de las plataformas también ha supuesto que hayamos vuelto a defender industrias extranjeras que saben hacer nuestro trabajo cuando nuestras series hablan por sí solas desde hace años. También me encantaría que la industria estuviera abierta a tratar temas controvertidos como la política.

¿Cómo han cambiado los presupuestos durante el año pasado y qué se espera para 2024?

El año pasado trabajamos con buenos presupuestos para proyectos firmados en 2022 que se estaban produciendo en 2023. Pero ahora siento que los presupuestos se han estancado. La producción ha bajado y hay un gran ejercicio de contención por parte de plataformas y TVs/televisiones.

¿Cuál será, en tu opinión, la tendencia clave de 2024 en cuanto a encargos de ficción?

Se ha dado luz verde a muchas comedias, probablemente como herencia de la situación de los últimos años. También creo que han vuelto las historias de amor. Y seguimos muy centrados en las historias basadas en hechos reales, aunque quizá un poco menos en los biopics que han llenado las pantallas durante el último año.

¿Cuál ha sido tu show en español favorito de los últimos 12 meses?

Me encanta la comedia *Poquita Fe*, que se produjo en España y se estrenó en Movistar Plus+. Está escrita por Pepón Montero y Juan Maidagán, y es divertida y muy inteligente. Un soplo de aire fresco.



Amaya Muruzábal (*Reina Roja*, de Prime Video)

Streamers y televisiones han recortado el gasto en todo el mundo el último año. ¿Cómo ha afectado esto a la ficción española desde tu perspectiva?

El recorte del gasto por parte de los operadores nos afectará profundamente a todos porque ahora somos demasiados los que intentamos hacer televisión, hay inseguridad sobre el futuro y los tomadores de decisiones piensan en términos globales y locales al mismo tiempo, y eso no es fácil.

Cuéntanos sobre tu último show y qué lo hace único.
Acabo de terminar mi trabajo como showrunner en *Reina Roja*, la adaptación del best-seller del mismo título de Juan Gómez-Jurado, para Prime Video. Siento que el equipo de originales de Amazon España y el propio autor nos han permitido llevar el fenómeno literario al siguiente nivel, dejándonos mostrar lo que de alguna manera esconde la novela: la increíble mente del personaje principal y un thriller efervescente que deja un enfoque oscuro para desarrollarse. bajo el cielo azul de Madrid.

Si pudieras desear que algo cambiara dentro de la industria de la ficción española, ¿qué sería?
Me gustaría construir el puente entre el contenido español y

latinoamericano. No sólo para crear un modelo de intercambio de contenidos entre países hispanohablantes, sino para ofrecerlo al mundo. Creo en el contenido que podemos ofrecer en español porque creo en la frescura latina. ¿Por qué no podemos hacer lo que la industria musical ya ha logrado? Esta es la dirección hacia la que me estoy moviendo después de terminar *Reina Roja* con una nueva aventura que se anunciará pronto.

¿Cuál será, en tu opinión, la tendencia clave de 2024 en cuanto a encargos de ficción?

Este será el año que consolide la brecha entre quienes marcan tendencias y los que la siguen y quiero enfatizar que ambas estrategias son necesarias y buenas. Los que marcan tendencia son los creadores de los que podemos esperar todo.

Por otro lado, volverán más series que hagan sostenible esta industria: se desviarán de los parámetros cinematográficos para subrayar los parámetros tradicionales de la televisión, haciendo que la escritura de guiones sea aún más importante. Serán historias con interés humano y creo que la comedia dramática volverá con fuerza.

Cuéntanos sobre uno de tus proyectos apasionantes que te encantaría o harías pero que aún no ha recibido luz verde.

Hace algunos años escribí un proyecto paneuropeo con raíces en España y con un elemento latino que combinaba de una manera tan natural, emocionante y divertida que se convirtió en mi proyecto favorito. Lo estoy repuliendo para lanzarlo con entusiasmo. **TBI**



Última palabra Daniel Domenjé

Las cimas a las que podemos aspirar

Daniel Domenjé explica la importancia de las alianzas para que el contenido en español pueda crecer, sobre todo en el terreno del unscripted

Se estima a que, día de hoy, 600 millones de personas en todo el mundo son hispano hablantes y, acudiendo a los datos del prestigioso Instituto Cervantes, la previsión es que a mediados de siglo (si no antes) esta cifra rondará los 750 millones. Sí, estamos hablando de la segunda mayor comunidad del planeta en lo que a hablantes se refiere, por encima del inglés y por debajo del chino mandarín. Si esta es la realidad, la industria audiovisual en español debe, puede y seguro quiere dar un salto cualitativo y cuantitativo en los próximos años. Ha habido ejemplos de producciones, referencias ya en el scripted mundial, que han situado el español en las cotas más altas, no solo por su excelencia en parámetros de creatividad y ejecución de producción, sino sobre todo en éxito de público y crítica internacional. Bastan ejemplos sobradamente conocidos como *La casa de las flores*, *Elite*, *Vis a Vis*, *La casa de papel* o *La mesías*, recientemente seleccionada en Sundance, para lanzar una pregunta cuya respuesta tendremos que dar en los próximos tiempos: ¿está el entretenimiento en lengua española, el unscripted en general, en condiciones de protagonizar grandes hits globales como lo ha hecho la ficción? Indudablemente y categóricamente, ¡sí! Y ha llegado el momento.

La industria audiovisual vinculada al unscripted, especialmente en grandes programas de plató, está en España y en América Latina en un óptimo momento de madurez y adaptación al paradigma actual: si hacemos los deberes bien, si somos ágiles y flexibles en la toma de decisiones, si aceptamos compartir desarrollos y producciones, inversiones y beneficios, podremos aprovechar con plenitud la explosión y efervescencia creativa hispana que aún está por explotar comercialmente en plataformas y broadcasters. La industria audiovisual en español puede mirar de tú a tú y sin ningún complejo al modelo anglosajón y americano y equiparar, muy pronto, los éxitos hispanos a los logrados históricamente en lengua inglesa o, incluso, a los conseguidos tradicionalmente por potencias exportadoras aunque demográficamente más pequeñas como Países Bajos o Corea. Es tan solo una cuestión de asumir riesgo, de ganas, de voluntad y perseverancia y, también, de predisposición transoceánica a compartir

desde las fases iniciales de creación y codesarrollo hasta la coproducción y coposesión de IP. Lo resume un proverbio antiguo y sabio: “si quieres ir rápido, viaja solo. Si quieres llegar lejos, hazlo acompañado”.

Por motivos como este, por convicción en el negocio compartido y sus más que posibles nuevas oportunidades, y coincidiendo gratamente con el estreno de la versión hispana de TBI, hemos lanzado al mercado hace unas semanas una compañía productora como Satisfaction Iberia: creemos que la agilidad y rapidez, combinada con los equipos más competentes y competitivos -internos o externos-, y las ideas más brillantes e innovadoras, estén donde estén, vengan de donde vengan, tienen un recorrido global enorme si las hacemos crecer y consolidar en territorios de lengua hispana. Y esto solo lo podemos hacer compartiendo el viaje para hacerlo así más largo, más rentable y más global. En Satisfaction Iberia, participada por Satisfaction Group gracias a un referente internacional como Arthur Essebag y sus equipo, creemos firmemente que nuestra iniciativa empresarial refleja y proyecta un modelo perfectamente adaptable entre territorios de lengua hispana: inversión compartida en desarrollos desde su fase inicial, libertad creativa, planteamientos y premisas atrevidas e innovadoras, acuerdos de venta y negocio adaptables a cualquier mercado y realidad, reparto de IP, y niveles de excelencia en la ejecución de producción. Esta es nuestra razón de ser.

Los tiempos del Covid van quedando atrás, los streamers se abren a deportes, a publicidad y a cualquier género unscripted, y al mismo tiempo la ficción global sigue en un cierto ciclo de descompresión... Si esta es, en general, la radiografía actual, es bueno recordar que España, Portugal y en todos los países de América Latina podemos presumir de talento y capacidad de producción; y siendo este nuestro caldo de cultivo, no podemos renunciar a crear en lengua hispana futuros éxitos globales como los recientes *The traitors*, *The 1% club* o *The floor*, entre otros. Se trata de estar a la altura para dar lo mejor de nosotros mismos... y satisfacer los gustos y las demandas de estos 600 millones de personas que tienen ganas de ver cómo de atrevidos, disruptivos e innovadores podemos llegar a ser. No hay excusas, ¡a por ello! **TBI**

Daniel Domenjé es
Co-fundador & CEO de
SATISFACTION IBERIA

Industry-leading analysis across the technology, media and telecommunications landscape.

Connect the dots across the entire technology ecosystem.

Global Media & Advertising Research

Broad breadth and depth coverage of the markets and strategies of TV Media & Content, Connected Devices, Digital Media, Advertising, Cinema, Games and Video worldwide.

Do you need to...

- Navigate content distribution strategies?
- Deliver media or advertising to customers?
- Better evolve monetization?
- Take best advantage of new technologies?
- Obtain detailed consumer behavior and consumption analysis?

Why Omdia? We cover...

- Every major studio and content provider, worldwide
- "Bottom-up" research methodology
- Direct survey of appropriate firms and institutions
- Expertly developed models and forecasts



Brought to you
by Informa Tech

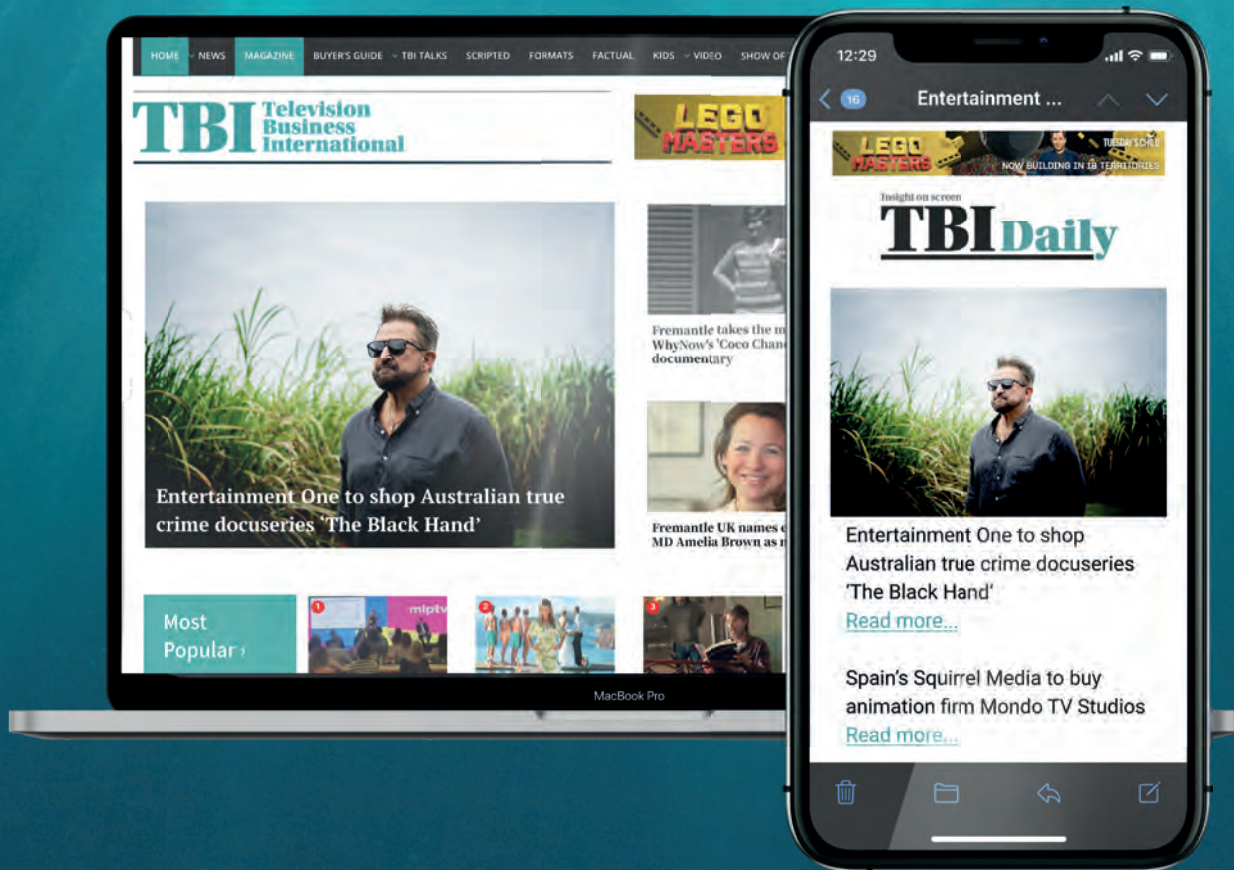
Contact us to learn more: Maria Rua Agnete, Executive Director, Media and Entertainment

E: Maria.RuaAguete@omdia.com T: +44 07815 500733

• @OmdiaHQ <https://www.omdia.com>



TBI Television Business International



Stay informed with the latest TV programming trends and developments, as well as the day's breaking news stories via the TBI Daily newsletter - delivered straight to your inbox!

SCAN THE QR CODE TO SIGN UP
tbivision.com/newsletter-registration



Brought to you by

informa
tech