

Conecta Fiction: Buendía Estudios, su modelo de coproducciones y planes a futuro



29-06-2021

El primer keynote que inauguró la edición 2021 de Conecta Fiction estuvo a cargo de Buendia Estudios, la unidad de producción y joint venture entre Atresmedia y Telefónica España para producir contenidos globales. Responsable de éxitos como *Veneno*, *La Cocinera de Castamar*, *La Templanza* para Amazon Prime Video, o el reality *Drag Race*, en alianza con World of Wonder, Laura Miñarro, VP Internacional & Coproducciones, destaca su modelo y planes a futuro.

En conversación con **Alex Lagomarsino**, director general y fundador de **MediaBiz US Corp**, Laura Miñarro destacó el momento de la compañía, y los objetivos para los siguientes meses. La estrategia de **Buendia Estudios** es 'ser flexibles y relevantes', cubriendo las necesidades del mercado nacional y global: 'Estamos enfocados creando historias originales, no solo para nuestras pantallas madres (**Atresplayer Premium** y **Movistar+**), sino para terceros en todo el mundo', destacó.

La ejecutiva aseguró que los siguientes proyectos que están desarrollando van de la mano con modelos coproducción, e involucran a los creativos 'más distintivos'. 'Hemos descubierto que la única forma de conquistar más territorios es a través de alianzas'. El estudio, detrás de éxitos como *Veneno* o *El Cocinero de Castamar*, se plantea seguir usando la narrativa basada en hechos reales para llegar a más mercados internacionales: 'A la hora de llegar a una coproducción son importantes para nosotros elementos narrativos, como los personajes, e historias que puedan tener una relevancia en nuestro territorio o en territorios más globales. es por ello que estamos muy adentrados en personajes y hechos históricos'.

Respecto a los formatos y temáticas, **Miñarro** resaltó que la temática diversa estará presenta en sus historias. Recientemente la compañía estrenó en **Atresplayer Premium**, la adaptación española del reality *Drag Race*, que busca coronar a la proxima súper estrella drag en España. 'Queremos seguir ofreciendo contenido muy relevante y qué refleje la cultura actual, no solo en España. Otra de las tendencias que seguiremos trabajando, serán las series limitadas de 6 a 8 capítulos por temporadas únicas. Ya que sentimos que con esa modalidad, damos la impresión de que ofrecer todo el tiempo historias novedosas', fianlizó.



Más de Contenido

- 

El mercado europeo en ebullición: Mediawan y LEONINE adquirieron Drama Republic en UK
- 

UK: Channel 4 adaptará formato de Dori Media *Little Mom*
- 

ATV: *Hercai* gran éxito en Telemundo
- 

ScreenHits TV sumó contenido de Lionsgate para UK
- 

Eccho Rights vendió *Legacy* en América Latina a través de Albavision
- 

Fremantle adquirirá 12 productoras de NENT Studios en Europa
- 

Daniel Écija de Good Mood: sinergias con Mediawan y el trabajo con socios globales
- 

Conecta Fiction 2021: España y Francia impulsan los dramas europeos en el mundo
- 

Argentina: Telefe obtuvo récord de share en junio y consolida 42 meses de liderazgo
- 

Comtelsat e IBM presentan webinar sobre Evolución y Transformación Digital