



“La Internacionalización del contenido español” a debate en los Desayunos de la Academia de

participaron en este encuentro moderado por José María Irisarri en el marco de Conecta Fiction & Entertainment.

La Academia de Televisión y de las Ciencias y las Artes del Audiovisual, en colaboración con el Ministerio de Cultura, celebró el 19 de junio en Cuenca una nueva edición de Los Desayunos de la Academia, en el marco de Conecta Fiction & Entertainment, bajo el título La Internacionalización del contenido español.

El encuentro, moderado por José María Irisarri, vicepresidente de la Academia y presidente de ONZA TV, reunió a responsables de cadenas y productoras de España, Alemania y Estados Unidos para reflexionar sobre los desafíos y oportunidades que plantea el nuevo contexto internacional de la producción española. Carmen Amores, directora general de Castilla-La Mancha Media y miembro de la Junta Directiva de la Academia de Televisión fue la encargada de abrir el acto.

Participaron en el desayuno Alexander Keil, socio director de SKP Entertainment (Alemania); José Pastor, director de Cine y Ficción de RTVE (España); María Pinilla, directora de Internacional y Business Affairs de Banijay Iberia (España); Silvia Cotino, subdirectora de Ventas y Desarrollo de Negocio de Mediterráneo – Mediaset España (España); Sergio Mendoza, vicepresidente de Desarrollo de Ficción en NBCUniversal Telemundo (Estados Unidos); y Elisa Martín De Blas, directora general de Producción y Distribución de Contenidos en Contubernio (España).

Desayuno Academia TV "Internacionalización del contenido esp...

Ver más

Los desayunos de la Academia de Televisión

PARTICIPAN

ALEXANDER KEIL

SOCCIO DIRECTOR DE SKP ENTERTAINMENT (ALEMANIA)

JOSÉ PASTOR

DIRECTOR DE CINE Y FICCIÓN DE RTVE (ESPAÑA)

MARÍA PINILLA

DIRECTORA DE INTERNACIONAL Y BUSINESS AFFAIRS DE BANIJAY IBERIA (ESPAÑA)

SILVIA COTINO

SUBDIRECTORA DE VENTAS Y DESARROLLO DE NEGOCIO DE MEDITERRANEO – MEDIASET ESPAÑA (ESPAÑA)

SERGIO MENDOZA

VICEPRESIDENTE DE DESARROLLO DE FICCIÓN EN NBC UNIVERSAL TELEMUNDO (EE.UU.)

ELISA MARTÍN DE BLAS

DIRECTORA GENERAL DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS EN CONTUBERNIO (ESPAÑA)

JOSÉ MARÍA IRISARRI

VICEPRESIDENTE DE LA ACADEMIA Y PRESIDENTE DE ONZA TV

MODERA

Internacionalización del contenido español

Silvia Cotino explicó que en Mediaset "siempre hemos compartido" y comparó su trabajo con el de una "mercería", destacando el valor del trabajo artesanal y la colaboración estrecha con productores independientes. Subrayó que "yo no tengo nada en mi catálogo que no comparta con mi socio", lo que refleja cómo la cadena actúa como un socio activo en las producciones. Cotino defendió un modelo de negocio basado en la confianza y la co-responsabilidad, afirmando que la venta y la coproducción "funcionan cuando hay transparencia y objetivos claros". Además, puso de relieve que "el humor permite construir una relación más cercana y auténtica con la audiencia", resaltando su valor para establecer una conexión emocional sólida y favorecer la aceptación de formatos novedosos. Finalmente, reflexionó sobre los retos que plantea la coexistencia de diferentes plataformas y mercados, insistiendo en que "la propiedad intelectual es importante, pero más importante es la relación que construyes con tus socios".

Desde Estados Unidos, Sergio Mendoza destacó la creciente proyección internacional de la ficción española, valorando su "capacidad increíble para adaptarse a contextos locales sin perder su esencia". Subrayó que "ver esa historia que te gusta con tus actores, en tu idioma y adaptado a tu contexto social va a seguir funcionando". También hizo hincapié en el desafío de equilibrar "la creatividad y las exigencias comerciales" dentro de grandes grupos mediáticos, y reconoció que, aunque a veces la presión por el retorno inmediato favorece modelos tradicionales, "estamos trabajando para innovar en la forma de cofinanciar y coproducir". Además, afirmó que el público global está cada vez más receptivo a contenidos de calidad, independientemente de su idioma u origen, y destacó que el humor "es una herramienta clave para conectar con el público y hacer más accesibles los contenidos complejos".

Por su parte, Elisa Martín De Blas defendió la creación de propiedad intelectual propia como pilar esencial para el desarrollo sostenible de la industria audiovisual. "Tienes que tener cosas que puedas vender, vender, revender", afirmó, enfatizando la necesidad de que los productores mantengan derechos sobre sus obras para "multiplicar su vida y sus posibilidades comerciales". Recalcó la dificultad que aún enfrentan los productores para negociar la titularidad y advirtió que "sin una IP fuerte, no hay industria ni futuro". Hizo un llamamiento a establecer un modelo de colaboración equilibrado que permita compartir riesgos y beneficios entre productores y cadenas.

Desde el sector público, José Pastor ofreció una visión pragmática sobre la titularidad de derechos, señalando que "la titularidad no es un objetivo en sí misma si renunciar a ella facilita la financiación a través de incentivos fiscales o alianzas internacionales". Como representante de RTVE, explicó que "defiendo los intereses del que me paga, que es la sociedad", y abogó por un reparto "justo y proporcional al riesgo asumido". Pastor apostó por la flexibilidad y la colaboración para asegurar la viabilidad de proyectos ambiciosos y de calidad, en un mercado cada vez más competitivo.



En la misma línea, María Pinilla alertó sobre cómo "el productor se está quedando fuera del papel que le corresponde en la cadena de valor" y destacó la urgencia de proteger su rol como creador y motor de la ficción. Subrayó la importancia de establecer "reglas claras para que el productor tenga una participación justa en las múltiples versiones y explotaciones de un mismo contenido". Advirtió que "sin un reconocimiento adecuado del productor, el sistema no podrá sostenerse ni evolucionar" y llamó a agentes del sector a fijar marcos sólidos de propiedad intelectual.

Finalmente, Alexander Keil resaltó que "la confianza entre socios es la piedra angular de cualquier coproducción exitosa" y enfatizó la necesidad de construir un modelo europeo competitivo basado en la colaboración internacional. Destacó la fuerte tradición de coproducción en Alemania y sostuvo que, para competir con grandes mercados, "es necesario unir fuerzas, compartir riesgos y fomentar la creatividad conjunta". Además, valoró la propiedad intelectual como un elemento estratégico para fortalecer la industria audiovisual europea y defendió la "flexibilidad y adaptación" para responder a un mercado en constante evolución.

Este desayuno forma parte de la iniciativa Los Desayunos de la Academia, un espacio de diálogo que busca fomentar el intercambio de ideas y experiencias entre profesionales del sector audiovisual, y que continuará recorriendo diferentes ciudades con nuevas sesiones temáticas.