



sbelsusimooos zoomigualada® sbelsusimooos  
FESTIVAL EUROPEU DE TELEFILMS - EUROPEAN TVMOVIES FESTIVAL

## CONCLUSIONES PROFESIONAL MEETING POINT ZOOM IGUALADA

Igualada, 10 de noviembre 2005

Hotel Ciutat Igualada. IV Edición ZOOM IGUALADA Festival Europeo de Telefilms y Muestra de Cine.

PREMISA:

- **Ante el aumento de producción de telefilms, es necesaria una plataforma donde los profesionales puedan dar a conocer sus trabajos, y donde puedan debatir y analizar la situación del sector.**

EL PAPER DEL ZOOM IGUALADA:

- El Festival Europeo de Telefilms Zoom Igualada pone a disposición del sector profesional de los telefilms un espacio donde divulgar y debatir sobre la industria y la producción de los telefilms.
- El tema de la mesa redonda de profesionales de la edición 2005 es: "Tvmovies, más allá de la programación".

**Este documento recoge las ideas y las conclusiones surgidas de las aportaciones y el diálogo entre los miembros de la mesa redonda y el público asistente. Los ponentes son:**

- **Núria Preminger**, Departamento de ventas internacionales de TV3.
- **Daniel Blum**, productor ejecutivo y Comission Editor de la ZDF/Deutschland.
- **Jordi Alonso**, de Cine.com, responsable de la web especializada en la emissió de

películas y telefilms.

## **ES PUEDEN RESUMIR CUATRO GRANDES CONCLUSIONES:**

### **Primera conclusión:**

**\* El formato telefilm tiene una difícil salida en los mercados internacionales, ya que cada país realiza sus propias producciones.**

- Lo más frecuente es comprar producciones americanas. La compra-venta de paquetes de telefilms no es una solución, ya que se ha comprobado que quizás una tiene gran calidad y éxito de audiencia pero las otras no tienen tanta; y vender, no resulta tan fácil.
- Se propone una plataforma a internet donde se puedan “colgar” las producciones para que tengan mayor difusión, una vez se haya agotado el ciclo de exhibición tanto en la grande como en la pequeña pantalla. Los derechos compartidos entre los diferentes productores hace difícil las negociaciones para que se pueda llevar a cabo. Se plantea como una salida económica. Y, al mismo tiempo, la audiencia tiene la oportunidad de encontrar el producto en la red, siempre que quiera.
- La venta internacional es muy dura
- España está produciendo telefilms y no hay mercado. No hay beneficio, a pesar que se intenta vender por todas partes.
- En el mercado español son las cadenas autonómicas las principales impulsoras de los telefilms, y más concretamente Televisión de Catalunya y la Televisión Valenciana.

### **Segunda conclusión:**

**\*La coproducción es complicada porque los trabajos tienen que ser de una temática universal, pero con un enfoque local que es el que acaba gustando e interesando a las audiencias.**

- Producir o coproducir? La problemática se plantea a la hora de enfocar los telefilms para las pequeñas y grandes audiencias y que, al mismo tiempo, tengan un enfoque local.

- Las coproducciones internacionales que más funcionan són de las del género criminal.
- **Tercera conclusión:**

**\* La temática de los telefilms suelen ser temas sociales, locales y de actualidad del país productor para atraer la máxima audiencia.**

- En el cas de Alemania, los telefilms estan orentados a la población porque se sientan identificados con los temas. Los presupuestos oscilan entre un millón de euros y se consiguen entre 4 o 5 millones de espectadores.
- Hay telefilms que consiguen tener éxito en Festivales (Tempus Fugit- Catalunya) y/o mucha audiencia (Malaterra- Francia) pero en cambio,es muy dificil la venda del producto a otras televisiones o paises.
- Un casting con caras conocidas puede hacer aumentar las audiencias.

**Cuarta conclusión:**

**\* La manera de trabajar para la televisión es diferente que si se hace para el cine.**

- En Holanda y Alemania por ejemplo se trabaja completamente diferente. Los profesionales quieren trabajar en cine y no en televisión. En Francia (caso “Malaterra”) los dos formatos es tan más cerca.

Igualada. 10 de noviembre 2005

Elaboración conclusiones: Anna Cervera / Transcripción Textos: Carles Còdol. [www.zoomigualada.org](http://www.zoomigualada.org)