

EL RIESGO, LA CAPACIDAD DE REACCIÓN, EL PESO DEL GUIÓN Y LA CREACIÓN DE PERSONAJES VULNERABLES PERO POTENTES, ELEMENTOS COMUNES DE LA FICCIÓN DE GLOBOMEDIA



Según los productores ejecutivos de “Águila Roja”, “Los hombres de Paco”, “El Internado” y “Aída” reunidos en una mesa redonda organizada por el I Festival de Televisión de Vitoria

El actor David Janer y la productora ejecutiva Pilar Nadal recogen hoy el premio a la Mejor Serie Dramática del certamen concedido a “Águila Roja”

5-Septiembre-2009. La asunción de riesgos, el peso del guion, la capacidad de reacción y la creación de personajes vulnerables pero muy potentes, son algunos de los elementos comunes que definen la forma de afrontar la ficción en Globomedia. Así lo han explicado Pilar Nadal, Iván Escobar, Laura Belloso, productores ejecutivos de *Águila Roja*, *Los hombres de Paco* y *El Internado*, respectivamente; y Julián Sastre, coproductor ejecutivo de *Aída*, reunidos en una mesa redonda organizada en el marco del I Festival de Televisión y Radio de Vitoria, bajo el título “El secreto del éxito de la ficción de Globomedia”.

Pilar Nadal, productora ejecutiva de *Águila Roja*, declaró que no hay una fórmula magistral para lograr el éxito pero si hay una manera de trabajar en Globomedia: a través del conocimiento del mercado, la asunción del riesgo y la capacidad de reacción. En palabras de la responsable de la serie con más audiencia de la pasada temporada televisiva, “el público valora mucho la novedad y la originalidad”.

Para **Iván Escobar**, productor ejecutivo de *Los hombres de Paco*, Globomedia "ha sabido radiografiar la sociedad española, incluso su evolución; y ha conseguido profesionalizar una industria que no existía". El responsable de esta ficción que acaba de cumplir con 100 emisiones y cuyo capítulo final de la pasada temporada batió records de audiencia, define la serie como la más bipolar que existe, pues oscila entre la astracanada y el drama shakespeariano.

Laura Belloso, productora ejecutiva de *El Internado*, señaló que “desde Globomedia trabajamos con la ambición generalista de llegar a todos los públicos. La clave del éxito la puedes suponer, pero nadie tiene la fórmula”. La responsable de esta serie de misterio que ha liderado su franja de emisión con casi la totalidad de los 20 capítulos emitidos la temporada pasada, explicó que los productores ejecutivos son ante todo guionistas, que en Globomedia el contenido es fundamental y que el sistema de producción está al servicio de la historia. “Todos nosotros trabajamos con ciertos ingredientes: la amistad, la familia, la heroicidad,... que luego presentamos con diferentes envoltorios”, declaró la artífice de esta producción que lleva dos años sumando adeptos incondicionales.

Julián Sastre, coproductor ejecutivo de *Aída*, destacó el calor y el atractivo de los personajes vulnerables, que son la mayoría en esta serie. "Son personajes muy potentes, unos personajes a los que coges cariño". Entre los elementos que pueden explicar su éxito ininterrumpido cada domingos desde su estreno en 2005, el guionista destacó la cercanía de los temas y los personajes, muy reconocibles para el espectador.

Departamento Comunicación Globomedia