

El Congreso de Producción de Cine Publicitario hace balance del sector en el marco del Festival

El Brexit, las mujeres más allá de los 50 años, cómo se revivió a Lola Flores para un anuncio o el estado del sector en la provincia temas a debate en la jornada

09/06/2021.- Dentro del **24 Festival de Málaga**, la sala 3 del cine **Albéniz** ha acogido en la mañana del miércoles 9, el **III Congreso de Producción de Cine Publicitario en Málaga**. Una cita que ha contado con numerosos profesionales del sector que han desarrollado un congreso en el que, a través de una presentación y tres mesas redondas, han profundizado en los principales temas de actualidad que rodean la industria del rodaje publicitario. El estado de la industria local en la provincia malagueña, la influencia de la edad en las mujeres de la profesión, y el impacto del **Brexit** en la industria española han sido los temas de las mesas redondas.

Domi del Postigo fue el encargado de presentar la primera mesa redonda y poner en marcha la sesión. Con una buena entrada en la sala, la mesa redonda estuvo compuesta por **Iñaki Villarias (Widescope)**, **Jorge Sacristán (Aluzine Málaga)**, **Óscar Pérez (EPC)** y **Belén Carrasco (Málaga Film Office)**; y moderada por el productor de **Danidofilms**, **Daniel Ortiz-Entrambasaguas**. El objetivo era dar las claves del funcionamiento del sector en la actualidad que les supusiera un punto de partida a los productores, directores y empresarios locales para poder intercambiar sus diagnósticos, necesidades y puntos de importancia en el funcionamiento de este sector de la industria cinematográfica que se enmarca dentro de la publicidad.

“En Málaga se produce mucho cine publicitario. Este sector es industria ya que mueve la economía y produce trabajo. Es industria que atrae a clientes y equipos internacionales y sirve de escaparate para el mundo a través de la televisión y del turismo.”, explicó **Belén Carrasco** al respecto.

La segunda mesa redonda fue bastante animada y tuvo una gran representación de mujeres con amplia experiencia y éxito en sus carreras dentro de la industria publicitaria. Con el título ‘¿Cómo influye la edad de las mujeres en la profesión? 50, ¿y?’, la directora creativa de **L’Oreal McCann**, **Victoria Reig**; la directora de producción audiovisual, **Marisa Rodríguez**; y la actriz **Cristina Plazas** hablaron en un debate moderado por **Leo Solanes**, (realizadora y productora creativa ejecutiva de **Solanes Films**), sobre la inspiración del cine y cómo retroalimenta a los guionistas de publicidad. Racismo, género y edad son tres elementos que sirven para discriminar de manera habitual. El tema propició un amplio debate entre los presentes.

“A mí me quieren hacer más mayor de lo que me siento y de lo que soy. Por qué me tengo que convertir en un ser sin alma, sin sentimientos y sin cisuras cuando interpreto papeles de mujeres de mi edad. Se trata de que crear unos personajes de nuestras edades que hagan crecer el registro de posibilidades.”, argumentó la actriz, Cristina Plazas.

La última mesa redonda abordó un problema actual que atañe especialmente en un sector como el de los rodajes publicitarios: ‘**El impacto del Brexit en la industria en España**’ contó con **María Jesús Horcajuelo (Only925/Teamworks** y vicepresidenta de la **APCP**); Cristina Morales (Subdirectora General de Ordenación de los Servicios de Comunicación Audiovisual. Secretaria de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales); **Rafael Fuentes Candau**, (director provincial de **Comercio** y del **ICEX** de Málaga); **José M^a Alhambra Mirabete**, (**Bestours/Travel Producers**); y el moderador **Gordon Mackinnon**, (**Twentyfour Seven**).

“A nivel administrativo, es imposible ir al ritmo que va la industria publicitaria, pero estamos demostrando que tenemos mucha voluntad y que apoyamos lo mejor que podemos al sector.”, explicó Cristina Morales.

Además, mediando entre las tres mesas redondas tuvo lugar la presentación, por parte del productor ejecutivo de **Agosto, Toni Moreno** y del productor ejecutivo de **Primo Content, Pablo García**, de ‘3+1’. En ella, Moreno y García hablaron sobre dos de los spots publicitarios más famosos de los últimos años: ‘**Mediterráneamente / Acto I: Alma**’, para Estrella Damm y ‘**Con mucho acento**’ para Cruzcampo.

Toni Moreno diseccionó el cómo se llega a un anuncio como el de ‘Mediterráneamente’ exponiendo el making del mismo y resolviendo cuestiones de los asistentes. Del mismo modo, Pablo García desentramó y expuso las ideas que les llevaron a revivir a **Lola Flores** para la última campaña de Cruzcampo. Un proceso de creación y postproducción inusualmente largo que acabó teniendo un resultado muy satisfactorio. **Adriana Piquet**, presidenta de la **Asociación de Productoras Publicitarias (APCP)** fue la encargada de presentar y dirigir esta parte de la jornada.

Descarga de material gráfico: <http://festivaldemalaga.com/prensa/descargas>

Ampliación de material gráfico en alta resolución FTP:
<https://festivaldemalaga.com/admin/>

Usuario: medios_fdm

Contraseña: fcm2021

Streaming y contenido especial: <https://malagaprocultura.vhx.tv/>

FESTIVAL DE MÁLAGA

Descargas en nuestro canal Oficial de Vimeo: <http://vimeo.com/festivaldemalaga>