



*Del creador de Discovery Channel llega CuriosityStream  
el hogar de documentales*

Nuestro amplio catálogo de contenidos incluye cineastas mundialmente reconocidos, producciones visuales extraordinarias y narraciones sin igual para ofrecer a la audiencia los mejores programas sobre ciencia, naturaleza, historia, tecnología, sociedad y estilos de vida.

**CuriosityStream**  
*esta ahora disponible*  
para distribución en **Latin America.**

Para más información, contactar a:  
**distribution@curiositystream.com**

ENERO 2019 | AÑO 28 | # 350

SUPLEMENTO ESPECIAL TV PAGA  
**Prensario**  
*Internacional*

www.prensario.tv

TELEVISIÓN • PLATAFORMAS DIGITALES • LICENSING

LO MEJOR DE **nick jr.**



**SERVICIO DE  
SUSCRIPCIÓN  
INTERACTIVO Y  
AUTENTICADO.**

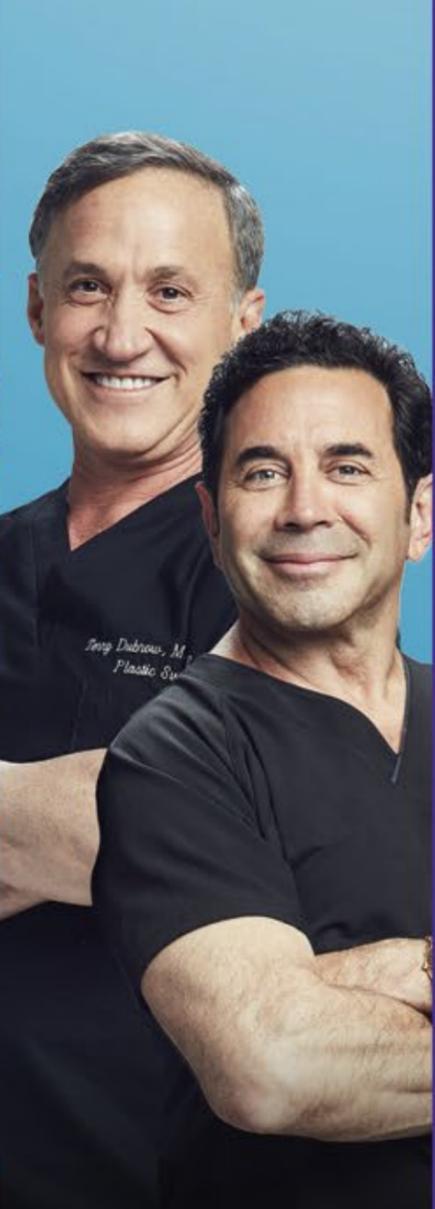
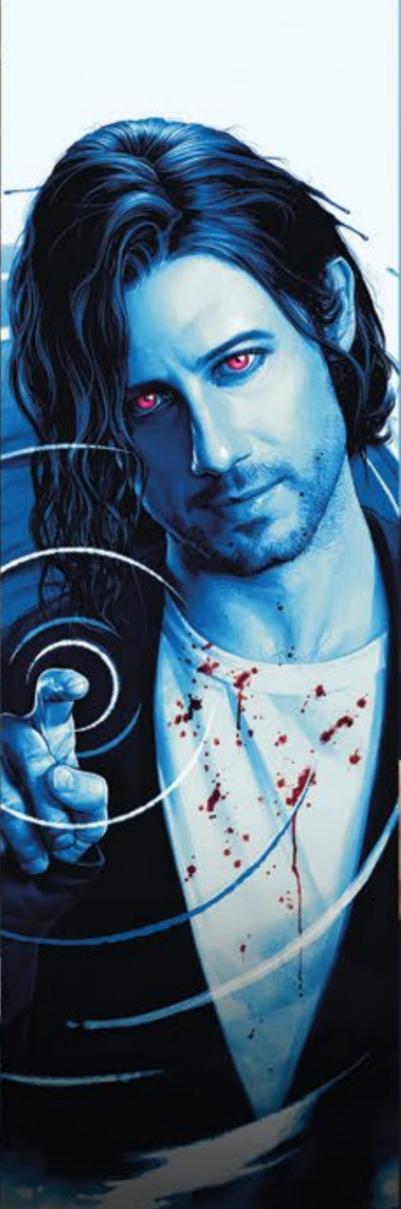


Disponible en **App Store** **Google Play**

**VIACOM** ©2019 Viacom International Inc. All Rights Reserved.

EDICIÓN  
**NATPE MIAMI 2019**

DESTACADO  
**LOS PROTAGONISTAS DEL AÑO**



**CONTENIDO  
PARA TODAS  
LAS AUDIENCIAS**

**LA  
DOÑA**

LA CHICA DANESA

**RANSOM**

THE  
**MAGICIANS**

**BOTCHED**



**STUDIO  
UNIVERSAL**



**SYFY**



**NBCUniversal  
INTERNATIONAL**

LATIN AMERICA

NETWORKS

Telemundo Internacional, Studio Universal, Universal TV, SYFY y E! Entertainment Television son canales distribuidos por HBO Latin America Group.

# Natpe Miami 2019: El primer punto de encuentro con los MSOs

Segundo suplemento especial de TV paga de Prensario

En Natpe Miami, PRENSARIO INTERNACIONAL, en su versión para el mercado de TV paga, está nuevamente presente junto a las señales y los operadores líderes con un suplemento especial independiente de la edición de contenidos y licencing que es líder en la convención y colabora con la organización del evento en sus conferencias para Latinoamérica.

Natpe se ha consolidado como uno de los eventos estratégicos clave para la TV paga de América Latina, apoyado sobre todo en la decisión de hacerlo cada año en la ciudad de Miami, punto natural de encuentro para las empresas del sector y de los principales operadores de la región.

El lobby del Fontainebleau suele funcionar como lugar de reuniones para los visitantes que no entran al piso de la expo, donde se puede ver a los ejecutivos tomadores de decisión de los operadores latinoamericanos más grandes con agendas apretadas pero abiertas para todas las nuevas ideas y lanzamientos, entre los que están apareciendo en 4K o multiplataforma. Viene siendo el

caso de DirecTV, Telefónica, Claro, Dish, Tigo, Megacable y StarHD de México, Inter/TuVes, Cabletica de Costa Rica, Liberty de Chile, TVCable de Ecuador y Telecom de Argentina, entre muchos otros.

Este target interesante e único entre las ferias de la industria incluso se potenció a partir de la suspensión de la ExpoConvención de TEPAL, organizada tradicionalmente por los operadores grandes, y el lanzamiento actual de Claro y Movistar en mercados que le faltaban, como Argentina.

De la misma manera, es un lugar de reunión, entre el Fountainbleu, el EdenRoc y el Soho, para todos los ejecutivos clave de las señales, preparando el año y siguiendo de cerca procesos como la fusión de Disney con Fox.



Antonio Álvarez y Carlos Moltini, de Telecom, y Whit Richardson, de Turner



Alejo Smirnoff, de Prensario, y Fernando Medin, CEO de Discovery Networks



Gerardo Seiffert, Rodrigo Gómez, Fernanda Merodio, de Hemisphere, Alejandro Mercado, de Thema; y Raimundo Fernández, de Megacable México



JuanJo Licata y Eduardo Stigol de Inter/TuVes



Lizbeth Ericssen, Frederic Groll-Bourel, de TV5 Monde; Raelene Rydzik de C&W; y Matilde de Boshell, de MBA



Eddy Ruiz, de A+E Networks; Enrique Yamuni, de Megacable; César Sabroso, de A+E, y Daniel Álvarez



Ernesto Miranda, Desirée Martín, de Claro Argentina, Alberto Islas y Agustín Vigil, de Claro Latinoamérica



Karen Barroeta y Klaudia Bermúdez, de NBCUniversal

HBO  
LATIN AMERICA  
ORIGINALS

CELEBRATING  
15 YEARS

PUSHING THE BOUNDARIES  
OF STORYTELLING.



## Natpe Miami 2019: El primer punto de encuentro con los MSOs

### Prensario en Natpe

Una vez más, Prensario asume un rol de liderazgo dentro de la industria latinoamericana presente en Natpe Miami. Tras haber organizado durante tres años consecutivos la única conferencia en español del evento, que el año pasado tuvo como protagonistas a Telemundo, Caracol, Mega, América TV y Azteca, ahora vuelve a destacarse con la organización de diferentes paneles.

A lo largo de todo el show y con la firma de esta editorial, se hablará sobre producción y distribución de contenido internacional y sobre todo en Latinoamérica, con escenarios actuales, tendencias y todo lo que interesa en la industria.

Entre los más destacados, está el dedicado a las empresas indias más importantes como son Indiacast, StarTV, ZEE y Schema-roo Entertainment estarán convocadas para una conferencia frente a los productores y distribuidores, canales y plataformas digitales de Latinoamérica, con moderación de **Fabrizio Ferrara**, de Prensario.

Con foco internacional, **Eccho Rights** y Prensario serán anfitriones del panel “Co-producciones alrededor del mundo: Casos de Estudio”, donde se tratarán ejemplos de colaboraciones exitosas que cruzaron fronteras y todavía están en escena. Se trata de una conversación con quienes pudieron manejarse con éxito en esta compleja área, los equipos creativos detrás de las coproducciones junto con sus productores. Se examinarán las habilidades y logística específicas que se requieren para crear series en países totalmente diferentes,



Fernanda Merodio, de Hemisphere; Jorge Tatto, de MVS; con Eduardo Stigol y el equipo de InterTúves; Matilde y Carlos Boshell, de MBA Networks



Daniel de Simone, de Millicom, y Marcelo Bresca, de Frida Media



Luis Torres Bohl, Bob de Stefanis, Chris Davies de BBC y Luis Torres Bohl



Fernando Gualda, Loreto Gaete y Julio Sobral de Blue Ant



Anna Carugati, de World Screen; Francisco Smith, de HBO Latin America; Klaudia Bermudez-Key, de NBCUniversal Intl. Networks Latam; y Eduardo Ruiz, de A+E Networks Latin America

con culturas y climas disímiles y cómo esto resultó en contenidos de apariencia verdaderamente internacional.

Con Fabrizio Ferrara en la moderación, participarán **Fredrik Af Malmberg**, Managing Director en Eccho Rights; **Cyrus**

**Farrokh**, Presidente de Distribución Internacional en **Propagate Content**; **Jarmo Lampela**, Responsable de Drama en **YLE**; **Liisa Penttilä Asikainen**, Productora Kaiho Republic en **YLE**; y **Daniela Busoli**, CEO en **Formata**.



Enrique Cuscó, de Olecom; y Emilio Rubio, de HBO



Marcello Coltro, de NBCUniversal; y Mihai Crasneanu, de GreyJuiceLab



Cosme López, Andrea Villacis y Harry Paredes, de CNT Ecuador



Darle a tus suscriptores mucho más de lo que quieren, ESO ES SER PREMIUM.

CUANDO QUIERAS Y DONDE QUIERAS



SERIES EXCLUSIVAS | TEMPORADAS COMPLETAS | PELÍCULAS ESTRENO  
CONTENIDO INFANTIL | DOCUMENTALES | CANALES EN STREAMING  
Y MUCHO MÁS CONTENIDO ON DEMAND BÁSICO Y PREMIUM.



IMPERDIBLE. IT'S ON.

## Viacom: Noggin llega a nuevos operadores en Brasil

La app de Nick Jr. se expande en Latinoamérica

Viacom International Media Networks (VIMN) Américas anunció nuevos acuerdos para llevar **Noggin**, la plataforma OTT de Nick Jr., a los suscriptores de **Oi, Watch y Net.com** en Brasil.

Noggin es una aplicación de video del canal Nick Jr. creado por Viacom como una solución de contenido para los suscriptores de banda ancha y operadoras celulares. Ofrece contenido educativo, juegos y videos musicales, además de los dibujos animados más queridos del canal Nick Jr. y la app acaba de incorporar novedades.

'Ya hemos cerrado algunos acuerdos y otros están bien encaminados. En la operadora Oi, por ejemplo, Noggin es parte de la oferta de telefonía móvil y banda ancha y estará disponible a partir del paquete intermedio de la operadora', dijo **Rogerio Francis**, Director Senior de Distribución de VIMN en Brasil y responsable de la expansión de la app en el país.

Entre las novedades de Noggin, se destaca la llegada de *Blaze & The Monster Machines*, que incluye 20 episodios y una película exclusiva. En cada episodio se presenta un nuevo concepto científico, que muestra cómo

se conectan las matemáticas, la ciencia, la tecnología y la ingeniería.

Todos los dibujos animados y otros contenidos de Nick Jr. son desarrollados por especialistas de programación infantil que combinan el entretenimiento con contenidos educativos, teniendo en cuenta también la preferencia de los padres.

'Noggin significa cabeza, la cual es responsable por hacer-nos pensar y por lo tanto el canal Nick Jr. ha creado una plataforma que enseña y despierta creatividad con animaciones y juegos educativos de calidad. Además, solamente la plataforma de Nick Jr. tiene los mayores éxitos del canal', agregó **Federico Llano**, Director de Apps y Juegos de VIMN Américas.

'Queremos que Noggin sea el compañero perfecto para los momentos familiares. Cuando están en casa, en el auto, o esperando una consulta, por ejemplo, los padres y los niños pueden entretenerse con contenido de calidad sin que los padres piensen que los más pequeños están perdiendo el tiempo frente a la pantalla del teléfono', completó.

Además de las animaciones y películas, la plataforma ofrece varios juegos educativos,



Noggin, la app de Nick Jr. con contenido para los más chicos

como *Moose y Zee*, anfitriones de Noggin y enseñan a los pequeños a contar números, leer el abecedario, identificar símbolos y aprender nuevos idiomas.

Pero junto con el contenido educativo, busca abordar valores como la perseverancia, el trabajo en equipo, la importancia de la amistad, la resolución de problemas, los conceptos de reciclaje, entre otros.

Aunque el contenido se ha pensado y desarrollado para niños en edad preescolar, la plataforma tiene un panel de control parental para que el tiempo de uso pueda ser controlado, apuntando al uso consciente de la app. Y, para los más pequeños, el modo bebé permite que sus curiosas manos toquen la pantalla sin interrumpir los videos. Otra herramienta es el 'modo offline', para almacenar los videos y poder verlos sin conexión a Internet.

## Thema: Kanal D Drama lleva las series turcas a Latinoamérica

Thema TV anunció las novedades de programación de **Kanak D Drama**, la nueva señal que distribuye en Latinoamérica y el US Hispanic, que trae los mejores dramas turcos en español y en HD.

Allí, destaca *Guerra de las Rosas*, la serie que narra una historia de amor entre dos jóvenes de clases sociales opuestas en Estambul, que se emite de lunes a viernes con maratones los fines de semana. Otra novedad es *Hulya*, sobre dos amigos que

por salvar su propia amistad deciden casar a sus hijos, que fueron criados en diferentes ciudades, pero ellos tienen otros deseos y han desarrollado un plan para poder cumplirlos.

Finalmente, Kanal D Drama emite *Las Chicas del Sol*. Güneş, una mujer de 35 años con tres hijas, es profesora de literatura de Izmir. Vive una vida feliz con sus gemelas de 17 años, hasta que se enamora de un empresario de Estambul,



Guerra de las Rosas

amores y odios surgirán y los secretos de ambas familias saldrán a la luz.

# HISTORIAS QUE HACEN HISTORIA.



# Turner



## NBCUniversal adelanta su programación para el 2019

Gran variedad de estrenos y el regreso de las series más conocidas es lo que tiene preparado NBCUniversal en todas sus señales para Latinoamérica.

**Telemundo Internacional** sorprenderá con el estreno de *Al otro lado del muro* el 28 de enero. La serie relata la vida de dos mujeres que cruzan la frontera de México a Estados Unidos para perseguir sus sueños y rehacer sus vidas, pero primero tendrán que atravesar un mundo lleno de brechas culturales y una infinidad de conflictos donde se verán atrapadas y tendrán que aprender a salir adelante.

Además, llega la segunda temporada de *La ley del corazón* el mismo día, con la incorporación de nuevos personajes, y nuevos episodios de *Señora Acero 3*, la super serie que narra la historia de una mujer respetada por su lucha por los inmigrantes mexicanos y por ayudarlos a lograr el sueño americano.

El 24 de enero, **Studio Universal** presenta *Colonia*, el filme chileno sobre un fotógrafo alemán simpatizante del gobierno de Salvador Allende, y su novia una azafata recién llegada al país. El mismo día del Golpe Militar que dio paso a la dictadura chilena, el joven es detenido y posteriormente secuestrado por la policía secreta de Pinochet.

En el mismo canal, el 25 de enero llega

*El engaño del siglo*, mientras que el 26 se estrena *Experimento de la cárcel de Stanford*, una película basada en hechos reales.

**Universal Channel** tendrá nuevos episodios de la primera temporada de *FBI*, la serie que sigue a una agente especial y su pareja, que unen sus talentos para investigar casos de gran magnitud.

También, nuevos capítulos de *The Rookie*, la serie sobre un hombre de 40 años que pasa de su cómoda vida de pueblo a Los Ángeles para perseguir su sueño de ser un oficial de policía.

Por su parte, **Syfy** emitirá *Charmed* desde el principio, todos los martes. La serie da comienzo cuando Phoebe Halliwell vuelve de Nueva York y se muda a la mansión Halliwell en San Francisco para vivir con sus hermanas Prue y Piper.

También regresa *Grimm*, en su cuarta temporada, cuya fecha de estreno no está confirmada, y la nueva adquisición *Spides*, un thriller de invasión extraterrestre de ocho episodios.

**E! Entertainment** estrena *The Bitchy Life* el 11 de enero. Es un reality show de citas que explora por primera vez el amor sin distinción de género.

El 6 de enero llega la *Alfombra Roja Golden Globes*, con toda la previa y la moda de la 76ª entrega de



Klaudia Bermúdez-Key, Gerente General y SVP de NBCUniversal International Networks Latin America



Marcello Coltro, SVP de Marketing, On-Air y Digital de NBC Universal International Networks Latin America



*Al otro lado del muro* llega a Telemundo Internacional el 28 de enero

los premios anuales Golden Globes Awards. Además, *Mysteries & Scandals* en su primera temporada. Mediante imágenes de archivo, relatos de primera mano y recreaciones dramáticas, esta serie de investigación muestra un retrato vívido de los crímenes legendarios y eventos escandalosos que aparecieron en los titulares y que hoy en día continúan causando impacto.

# SOMOS LÍDERES



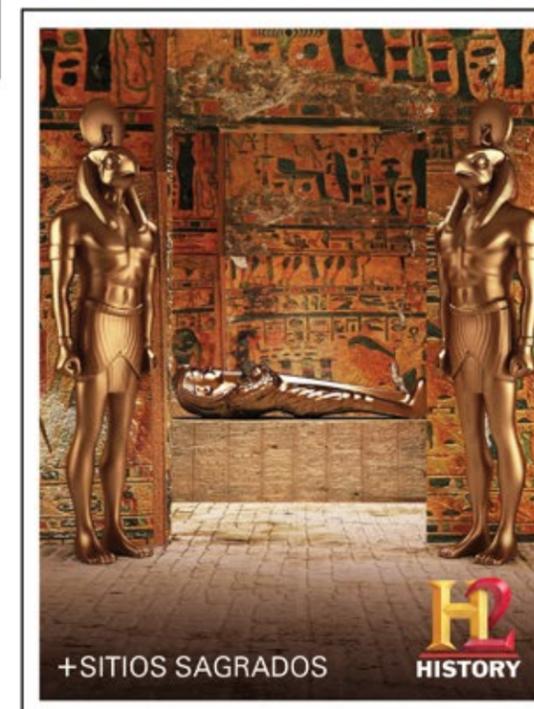
+ A+E MOVIES



+ DESAFÍO SOBRE FUEGO



+ PROJECT RUNWAY



+ SITIOS SAGRADOS



El filme chileno *Colonia* se estrena en Studio Universal



*Mysteries & Scandals* en su primera temporada por E!

**A+E**  
NETWORKS™  
LATIN AMERICA

## Disney presenta su nueva estructura global tras la adquisición de Fox

The Walt Disney Company avanzará con una alineación estratégica de sus unidades de negocios internacionales consolidadas bajo la dirección de tres líderes clave dentro del segmento Direct-to-Consumer & International (DTCI).

Rebecca Campbell, quien actualmente se desempeña como presidenta de The Walt Disney Company EMEA, estará a cargo de supervisar Europa, Medio Oriente y África, región y comenzará a supervisar Rusia y CIS, mientras que Diego Lerner, presidente de The Walt Disney Company Latin America, continuará supervisando América Latina. Además, Uday Shankar, quien actualmente se desempeña como presidente de 21st Century Fox, Asia, y presidente y gerente general de Star India, ocupará el puesto de presidente de Star y Disney India, y de presidente de The Walt Disney Company Asia Pacific.

‘La reestructuración planificada de nuestras unidades de negocios fuera de los Estados Unidos generará una organización

más fuerte y ágil, que podrá pivotar mejor y capitalizar la gran cantidad de oportunidades presentes en el mercado global actual, que es cada vez más complejo y cambia con gran

velocidad’, afirmó Kevin Mayer, presidente del segmento DTCI de The Walt Disney Company.

‘Una vez completa la adquisición, las tres regiones serán lideradas por ejecutivos excepcionales y sumamente experimentados que combinarán a talentos que representarán lo mejor de lo mejor de las dos organizaciones’, completó.

Por otro lado, Janice Marinelli asumirá el cargo de presidenta de distribución y venta de contenido global. Ella, junto a Campbell, Lerner y Shankar estarán bajo la supervisión de Kevin Mayer, y a ellos se sumarán Jan Koeppen, quien se desempeña actualmente como presidente de Fox Networks Group Europe and Africa, y pasará al cargo de presidente de TV y DTC, The Walt Disney Company EMEA, y Marina Jigalova-Ozkan, quien continuará en su cargo actual de Di-



Diego Lerner continuará supervisando las operaciones de Disney en Latinoamérica

rectora Gerente de DTCI, Rusia y CIS, para The Walt Disney Company CIS LLC.

En América Latina, responderán a Lerner Carlos Martínez, presidente de FNG Latinoamérica, quien se desempeñará como EVP y Gerente General de Media Networks, Norte y Brasil, The Walt Disney Company Latin America. Mientras que en APAC, Luke Kang, pasará a ser EVP y Director Gerente, Gran China, Japón y Corea; Kylie Watson-Wheeler, Directora Gerente de Australia y Nueva Zelanda, y Chafic Najja, SVP y Director Gerente de Medio Oriente.

## AMC Networks: ‘Crecer frente a la adversidad’

AMC Networks continúa creciendo en la región, más allá de un contexto complejo para la TV paga de Latinoamérica. Según Héctor Costa, SVP de ventas, y Verónica Naguila, directora de AdSales, pese a que no todos los mercados crecieron en ingresos publicitarios

en términos de industria y de rating a causa de los cambios en la industria, la compañía logró tener su mejor año.

‘Crecimos un 50% en ingresos a nivel regional frente a 2017 a dólar constante con AMC y alcanzamos el 25% con el gourmet, los dos canales líderes. Además, abrimos oficinas en Colombia, un país con mucho potencial siendo uno de los 3 o 4 principales mercados de la región, y en

distribución sumamos NET Brasil. En rating, crecimos un 15% en el demográfico de 4+ y nos ubicamos entre los top 30 generales, y top 10 en entretenimiento’, comentaron.

México volvió a destacarse como el mercado de mayor crecimiento luego de dos años de posicionar la señal de AMC, mientras que en Argentina el gourmet se sigue fortaleciendo como marca y el grupo sumó 20 anunciantes. ‘Crecimos entre de 40-50% en anunciantes dependiendo el mercado, con una importante tasa de renovación’, describió Naguila.

Una de las claves de dicho crecimiento ha sido, por un lado, la fuerte presencia de contenido local, donde las señales de +chic y el gourmet cuentan con entre 70-80% de producción propia, y por otro, una estrategia de integración natural de marcas.



Verónica Naguila, directora de AdSales, y Héctor Costa, SVP de ventas

‘Los ingresos vienen por la parte de publicidad y el lineal. Estamos todos tratando de no perder esa relación directa con el consumidor pero vemos que el desafío es global’, asevera Costa pero remarca que aún ‘lo que tiene para ofrecer la industria de la TV paga sigue siendo muy significativo en términos de negocios’, concluyó Costa.



# JUEGA LIMPIO EN TODAS LAS PANTALLAS

Cada vez somos más los que luchamos contra la piratería. Los contenidos que bajas en sitios no autorizados destruyen a tu equipo favorito, no cometas falta en tu propia cancha.



PIRATERIA **cer0**



www.pirateriacero.com

FOX Latin America NETWORKS GROUP

## A+E Networks: Logros de 2018 y XVID para el 2019

Crecimiento en todas las áreas de negocio

Eddy Ruiz, director general de A+E Networks Latin America, comentó: 'Una de las más grandes satisfacciones que nos trajo el 2018 fue la posibilidad de reforzar nuestro equipo de trabajo con importante talento de la industria de la TV paga en América Latina, como **Iván Bagueiras, Raúl Costa, María Serrano, Laura Lozes y Carmen Larios**'.



'Otro de los grandes logros fue lanzar la producción original de *Desafío Sobre Fuego* conducido por el actor colombiano **Juan Pablo Llano**, con gran éxito en la región. Y, finalmente, el consistente crecimiento de nuestra distribución que incluyó lanzamientos como el de **History** en la total distribución de **Sky DTV México**, que nos permitió llegar a más de 5 millones de hogares adicionales'.

'Una de las metas principales del portafolio de A+E Networks fue continuar diferenciándonos de la competencia con el mejor talento, la mayor distribución y la más competitiva estrategia de contenido multiplataforma. Una de las más grandes satisfacciones sigue siendo la oportunidad de crear las campañas de responsabilidad social para cada una de nuestras marcas', agregó Ruiz.

### Responsabilidad Social

Si en algo se destaca el grupo es en su fuerte compromiso social, con campañas de RSE que hacen historia. 'Es parte esencial de nuestra estrategia de contenido, marketing y comunicación el identificar causas de responsabilidad social que sean afines a nuestra marca, y sobre todo que sean relevantes para nuestros usuarios', explicó el ejecutivo.

Así, remarcó *Una Idea para Cambiar la Historia*, que con **History** busca promover el ingenio, la creatividad y el espíritu emprendedor en los jóvenes en Latinoamérica, que a través de una idea buscan cambiar la historia y realizar un aporte excepcional a nuestra comunidad, a nuestra ecología y a nuestra forma de mejorar nuestra calidad de vida.

Por su parte, **Lifetime** continua con la reconocida y premiada campaña *Valora tu tiempo* sobre la concientización del cáncer de mama y la importancia del autoexamen que salva vidas.

Además, **A+E** avanza con **#DiNoAlcyberbullyng**, una iniciativa que busca generar conciencia sobre la problemática que afecta a niños y adolescentes de todo el mundo. 'Las palabras tienen la posibilidad de motivar, de inspirar, de respetar y fortalecer a los seres humanos, pero que utilizadas de manera equivocada tienen todo el efecto contrario. Y queremos crear una llamada de alerta para que esto no siga'.

### Las mujeres adelante

'Uno de los propósitos fundamentales que acompañan a la marca de **Lifetime** es el de poder inspirar, motivar y empoderar a la mujer. La única y mejor manera de inspirar a una mujer es con el ejemplo de otra mujer que le dice Sí, se puede'.

'Por eso es muy importante para nosotros tener a **Lifetime** como una plataforma de contenido creado principalmente para mujeres, que las pone a ellas como protagonistas, ya sea delante o detrás de las cámaras, como guionista, productora, actriz, etcétera. Es fundamental convertirlo en una plataforma que le de voz a la mujer comunicando esa perspectiva única y maravillosa que es la perspectiva femenina', agregó.

### Producciones originales

'Lo que destacamos es el haber desarrollado de una manera impecable y óptima el formato de *Desafío Sobre Fuego Latinoamérica*. Además, el 2018 nos trajo muchas satisfacciones al crear formatos largos y tradicionales de series, sino sobre todo de poder crear muchísimas franquicias de formato corto a nivel de contenido y a nivel de marca', agregó Eduardo Ruiz.

'En el 2019 continuaremos no solo propor-



Eduardo Ruiz, director general de A+E Networks Latin America



*Desafío sobre Fuego Latinoamérica*, una de las grandes producciones originales del 2018

cionando más contenido y más historias en los distintos formatos, sino también continuar entendiendo y atendiendo los objetivos, las necesidades y las demandas de nuestros usuarios para poder ser más eficientes no solamente en la comunicación sino también en cuando a la conexión emocional', resumió.

### Crecimiento con XVID

'Estamos orgullosos de poder decir que en todas y cada una de nuestras marcas crecieron en la suscripción ya que **History** sobrepasa los 76 millones; **A+E** los 73 millones, **History2** los 45 millones y **Lifetime** los 48 millones de suscriptores en la región'.

Y concluyó: 'Estamos muy entusiasmados con el lanzamiento de **XVID**, que promete revolucionar lo que es hasta hoy el mundo del entretenimiento. Nos enorgullece mucho estar acordados en el paso del tiempo con la demanda de nuestros usuarios. A esto corresponde el diseño y el lanzamiento de **XVID** que incluye un total de más de 4.000 títulos'.



Desde la redacción más grande de América Latina generamos contenidos de ficción, información y entretenimiento de la más alta calidad para cada pantalla.



Departamento Venta Señales 5411 4370 1395 | 5411 4339 1541

Contenidos que conectan

@ArtearMarketing

artear  
www.artear.com

## Quiero cumple 10 años, 9 como el canal número 1 de música

Con motivo de los diez años de **Quiero Música en Mi Idioma**, PRENSARIO visitó a **Eduardo "Coco" Fernández** en el Centro de Generación de Contenidos Multiplataforma de **Artear**, un espacio recientemente construido de 2000 metros cuadrados en lo que antes era la terraza del edificio.



El ejecutivo remarcó que de los diez años de existencia de Quiero, lleva nueve como líder en su segmento, cosechando los mejores ratings, siempre apostando a la música.

‘Al principio, estaban **MuchMusic**, el **Canal de la Música**, **VH1**, **MTV** y nosotros. Ahora, sólo quedamos dos con la música y ganamos por mucho. En ese momento, muchos se iban a los realities y nosotros apostamos a la música en español. Nos basamos en el rock, el pop, lo urbano y lo melódico’.

‘Trabajamos viendo lo que surge y armamos secciones específicas para cada género; está **Vivo Rock** con **Bebe Contepomi**; **La Casa del Pop** y el espacio para las bandas nuevas en la sección **Banda Soporte**. Lo urbano aparece con **Alex Batista**; el trap tiene lugar, sobre todo, los fines de semana; siempre mantenemos un equilibrio’, agregó.

### Ganó la calle y fue cambiando

‘La señal ha ganado mucho la calle desde

los televisores en los aeropuertos de Ezeiza y Aeroparque, y numerosos bares del país’, manifestó **Coco Fernández**. ‘La señal es totalmente multitarget y, si bien se definen segmentos, el de 12-34 es el más fuerte y atractivo para los anunciantes’.

‘Fue tomando los lenguajes de los jóvenes con el pasar del tiempo. La gráfica también cambió y hoy mostramos la música asociada a la naturaleza, como una selva donde conviven los estilos musicales. Tratamos de tener una parte educativa también. Hay un segmento que se llama **Música en mis manos** con artistas en lenguaje de señas, por lo que fuimos premiados por la Asociación de sordomudos, y también **Quiero mi mundo** sobre el cuidado del medio ambiente’, completó.

### Un espacio para todos

‘Tuvimos momentos muy fuertes, como lo de **Gustavo Cerati** con una bandera que recorrió el país que decía **Quiero verte bien**. Esa misma bandera se la dimos a la madre’, comentó. ‘Hay muchos artistas que crecieron con nosotros, que encontraron un lugar donde mostrarse y cantar, como las discográficas donde dar difusión a sus artistas’.

‘Para recitales en vivo, tuvimos desde el principio mismo **Estudio 69**; también está **QVivo**, un ciclo de recitales que hacemos en otros lugares, y por primera vez hubo un noticiero musical en vivo: **Los 15 mejores**’.



Coco Fernández y Alejo Smirnof, de Prensario, en el Centro de Generación de contenidos multiplataforma de Artear

‘Todo el tiempo cubrimos recitales y hacemos transmisiones por Facebook y YouTube. Jugamos mucho en la interactividad con la gente y que saben que lo que votan se ve en pantalla, como los **Premios Quiero** que hacemos en noviembre’.

‘También tenemos todos los años un reality de música, canto y baile que se hace en tres etapas. La búsqueda de participantes en los veranos con  **Casting Móvil**, después de eso la selección, y al final las galas de eliminación. Hay jurado entre músicos, productores, gente de las redes y público’, detalló el ejecutivo. ‘Para el futuro esperamos seguir incentivando la participación del público, sobre todo por las redes’.

Quiero llega por **DirectTV** a toda Latinoamérica. ‘Nos mandan material de bandas de muchos países. El noticiero es muy regional, se habla en neutro y tuvimos conductores paraguayos, hondureños y colombianos. Con **Ricardo Arjona** trabajamos mucho a nivel latino y buscamos artistas para participar en sus videos de diferentes países’, concluyó.

## Multimedios inauguró estudios en Costa Rica

Con la apertura de sus nuevos estudios en Costa Rica, **Multimedios** busca incrementar su producción en la región y ampliar su distribución. ‘Tras una gran inversión en Costa Rica, ya contamos con estudios para producir para toda Latinoamérica y estamos buscando ampliar la distribución en la región andina. Estuvimos en la APTC de Perú y ya estamos cerrando algunos contratos con cableoperadores’, afirmó **Alberto Domínguez**, director de Multimedios.

Además, la empresa estuvo en la última



edición de **Asotic** Colombia, donde presentó su portafolio y enfatizó su búsqueda de nuevas alianzas estratégicas para incrementar la distribución de sus productos en la región andina. ‘Tenemos contenido original y los derechos para cualquier territorio y plataforma’, expresó **Domínguez**.

Además, destacó que las producciones son en HD. ‘Traemos muy buenos productos y comparados con los costos del resto de la oferta que hay en el mercado, estamos muy accesibles. Apoyamos



Alberto Domínguez Solís, Patricia Charry Gutiérrez y Juan Carlos Ocampo de Multimedios

todo el tema técnico, damos los equipos en comodato, si no tienen antena apuntando al satélite, les conseguimos que se las instalen sin costo’, resumió.



## Turner lanza CNN Radio en Argentina

Turner anunció el lanzamiento de CNN Radio en Argentina, su primera emisora en toda la región, que será operada por Argentinos Media en las instalaciones y sobre la frecuencia de la ex Radio Belgrano y saldrá al aire en febrero de 2019.

En un evento realizado en el Hotel Meliá Buenos Aires, Juan Pablo Varsky, periodista deportivo de TNT Sports que ahora formará parte de CNN Radio, remarcó que 'el objetivo es volver a la búsqueda de la verdad desde los hechos, datos, números; creo en el poder de la voz', dijo para dar lugar a un show de la banda de músicos a capella, Vox Pop, que interpretó Uptown Funk y Bohemian Rhapsody.

Marcelo González, responsable de CNN Argentina y uno de los principales impulsores del proyecto, comentó: 'Esta iniciativa nos enorgullece como argentinos; es una gran responsabilidad y desafío. El poder de los hechos y los acontecimientos es el que va a hablar. Contamos con una red federal con un 86% de cobertura y una plataforma donde todo va a estar disponible

al instante'.

La emisora saldrá al aire en febrero próximo, un año después del estreno de la programación de CNN en Español dedicada a Argentina que contaba con los periodistas

Marcelo Longobardi, Jéssica Bossi y Jonathan Viale.

Cynthia Hudson, SVP y Gerente General de CNN en

Español, dijo: 'Los programas de Viale y Longobardi se transformaron en Appointment TV, el público nos busca por esos programas. Hemos tenido invitados muy importantes, incluyendo presidentes de Latinoamérica y del mundo, remarcando el poder de la marca CNN'.

'En solo nueve meses, el canal logró incrementar en 20% el número de usuarios únicos, mientras que creció 40% el número de clicks en la web. CNN en Español es segundo en los podcast escuchados de todo CNN WorldWide'.



Felipe De Stefani, General Manager de Turner Internacional Argentina, Cynthia Hudson Vice Presidenta Senior y Gerente Gral de CNN en Español, gobernadora María Eugenia Vidal, periodista Juan Pablo Varsky, Marcelo Gonzalez

Formarán parte de este nuevo proyecto José Antonio Gil Vidal para la parte internacional en la mañana, luego seguirá Luis Majul de 10 a 14, Ángel de Brito de 14 a 16, y Varsky con la vuelta a casa hasta las 19.

Los estudios estarán ubicados en el centro de Buenos Aires y con la planta transmisora en Hurlingham, en la zona oeste de la provincia, ambos en un espacio dedicado que cuenta con equipos de avanzada. El contenido será generado por el equipo periodístico trabajando en colaboración con CNN en Español Radio para las Américas. El servicio estará disponible en 120 ciudades del país, con 23 de ellos en provincia, a través de una red de 126 a 165 emisoras afiliadas en todo el país.

## ESPN: "La vida necesita deportes"

ESPN realizó su tradicional desayuno en el Hotel Alvear de Buenos Aires, donde presentó todas las novedades de programación para los próximos meses, con la participación de más de 700 ejecutivos, entre ellos agencias de medios y operadores, junto a los talentos que forman parte del canal deportivo.

Bajo el lema "Live Needs Sports" (la vida necesita deportes), ESPN fue presentando uno a uno todos sus contenidos, producciones especiales, deportes en vivo y grandes apuestas para el 2019. En este marco, tuvo especial énfasis el ciclo SportsCenter, que está celebrando sus 18 años en Argentina, pero que su versión original en Estados Unidos va por los 30. 'Siempre buscamos mantener los valores desde la

creación del programa: innovación y credibilidad', expresó Guillermo Tabanera, SVP y Gerente General de ESPN Latinoamérica.

'Más allá de las glorias y de los logros en cada deporte, hubo un equipo que llegó a todas las finales, y ese fue el nuestro, el de ESPN. Hemos trabajado para cuidar la marca, respetar los valores siempre', completó el ejecutivo sobre los profesionales del canal.

Estuvieron presentes los talentos del canal, entre ellos el ex puma Juan Martín Hernández, quien compartirá la cobertura del Mundial de Japón 2019 en ESPN. 'Espero un Mundial 2019 de mucho nivel, de mucho detalle. Hoy los equipos del hemisferio Norte están rivalizando más con los del



Guillermo Tabanera, SVP y Gerente General de ESPN Latinoamérica, y Quique Wolff

Sur. Estaré en Japón integrando el equipo de ESPN. A mí siempre me gustó analizar el juego. Mostrar como desde el otro lado, por haber sido jugador, he aprendido a analizar a los rivales. Estoy seguro que los japoneses serán unos grandes anfitriones. Los Pumas vienen haciendo bien las cosas y van a llegar en perfectas condiciones al Mundial'.

KUZEY GUNEY

LAS CHICAS DEL SOL

¿QUÉ CULPA TIENE FATMAGUL?

KANAL D DRAMA

ATRÉVETE A VIVIRLO

HULYA

GUERRA DE LAS ROSAS

Distribuido por THEMA A CANAL+ GROUP COMPANY

Luis Fonseca | Director de Ventas  
luis.fonseca@thematv.com

# LOS PROTAGONISTAS DEL AÑO

Prensario reúne a los 12 ejecutivos cuyas acciones en el último año han marcado una diferencia en la industria de TV paga y de contenidos en Latinoamérica, destacando los mayores logros de 2018 y adelantando un promisorio 2019 para las empresas y grupos que representan.



**Diego Lerner**

Presidente  
**THE WALT DISNEY COMPANY**  
**LATIN AMERICA**



Habiendo regresado a la región tras una exitosa gestión desde 2009 hasta 2017 como presidente de The Walt Disney Company con responsabilidades sobre la mayoría de sus actividades en Europa, Medio Oriente y Asia, Diego Lerner asumió este año el desafío de conducir la expansión de Disney en tiempos en que la empresa ha adquirido gran parte de los activos de Fox prepara para 2019, el lanzamiento de su servicio de streaming Disney+ a nivel mundial, y una variedad de proyectos de producción en diversos países, como *El Secreto de Selenia*, la ambiciosa biopic *Monzón* y *Cazadores de Milagros*, entre otros.



**Carlos Martínez**

EVP & Gerente General de Media Networks, Norte y Brasil  
**THE WALT DISNEY COMPANY**  
**LATIN AMERICA / FOX**



Luego de la adquisición de Fox Networks Group por parte de Disney, Carlos Martínez quien se desempeñó durante años como presidente del grupo para Latinoamérica, fue designado EVP y Gerente General de Media Networks, Norte y Brasil para la nueva estructura organizativa. Antes de esto, durante todo el 2018, FNG mantuvo su apuesta a la producción original multiplataforma en Latinoamérica, acompañando la expansión de su app con estrenos como *Talento Fox* y *El Host* y nuevas coproducciones. En la parte deportiva, renovó importantes derechos de transmisión multiplataforma, entre ellos la Copa Libertadores.



**Fernando Medín**

President & Managing Director  
**DISCOVERY NETWORKS**  
**LATIN AMERICA**



Tras concretar la adquisición de Scripps, Discovery Networks presentó este año su portfolio fortalecido con el canal gastronómico Food Network, y se consolidó como un productor líder con más de 8000 horas anuales de contenido variado. Para el público infantil, destacó series como *Big Top Academy*, realizada junto a Cris Morena y el Cirque Du Soleil, entre otras. La producción localizada sigue siendo un pilar de su estrategia, apostando a versiones locales de sus clásicos *No te lo pongas* o los especiales de *Overhaulin'*, junto con el branded content y el desarrollo de un proyecto digital que se conocerá en los próximos meses.



**Carlos Moltini**

CEO  
**TELECOM ARGENTINA**



Ya fusionado con Cablevisión, Telecom Argentina se convirtió en el único operador cuádruple play del país. Entre 2018 y 2020, prevé invertir USD 5000 millones para ampliar la infraestructura de servicios convergentes. Su OTT Flow ya superó el millón de usuarios y se lanzó en SmarTV, tras superar la prueba del Mundial. Además, se ha transformado en un player clave en el desarrollo de contenido original, con producciones como *Un Gallo para Esculapio*, *Otros Pecados* o *Morir de Amor*, todas realizadas junto a productoras y canales de TV paga y TV abierta; aspira a doblar el número de producciones en 2019.



**Tomás Darcyl**

Presidente  
**TELEFILMS**



El 2018 ha sido un año de grandes cambios para Telefilms: comenzó con el estreno de su primera serie original, la biopic *Sandro* (Telefe), realizada por su división The Magic Eye, y selló un acuerdo con Bruce Boren, ex Televisa, para lanzar Thr3 Media Group, nueva productora de contenidos multiplataforma que ya tiene como primer proyecto *Santo*, *el Enmascarado de Plata*, la leyenda más importante y reconocida de la lucha libre mexicana.



**Pierluigi Gazzolo**

Presidente  
**VIACOM INTERNATIONAL**  
**MEDIA NETWORKS AMERICAS**



A dos años de la adquisición de Telefe por parte de Viacom International Media Networks, la compañía ha dado inicio a un proceso de transformación con el lanzamiento de Viacom International Studios (VIS), una unidad de VIMN Américas clave para liderar la producción y distribución de contenido latino propio en todo el mundo. Este negocio se integra con 14 estudios y tres usinas productivas distribuidas en EE.UU., México, Colombia, Brasil y Argentina. El VIS ha logrado un importante incremento en negocios cerrados con players regionales como Fox, Amazon y Netflix, entre otros.



**Sebastián Ortega**

Presidente  
**UNDERGROUND**



Underground cerró el mejor año desde su creación liderando el prime time argentino con la segunda temporada de *El Marginal* en TV Pública, que posicionó al canal segundo durante toda la emisión, detrás de *100 Días para Enamorarse*, de la misma productora para Telefe. *El Marginal* se vendió en múltiples territorios, incluyendo Netflix y NBCUniversal Telemundo que la adaptó como *El Recluso* para el US Hispano; la tercera temporada se estrena este año. La segunda temporada de *Un Gallo para Esculapio* se convirtió en el estreno de mayor rating en TNT, y obtuvo el prestigioso Martín Fierro de Oro.

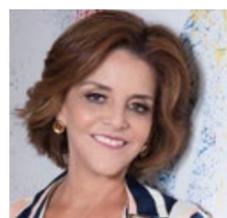


**Whit Richardson**

Presidente  
**TURNER**  
**LATIN AMERICA**



La diversificación del negocio ha sido la estrategia de Turner en los últimos años, con excelentes resultados. Su plataforma de gaming Gloud ya está disponible en Argentina y Chile, mientras que el servicio de publicidad en redes sociales, Launchpad, logró posicionarse como socio estratégico de las marcas. En producción, crece con los proyectos de integración de marcas y sigue creando grandes ficciones; este año se lució con *El Lobista* y *Un Gallo para Esculapio* en Argentina, *Pacto de Sangre* o *Rua Augusta* en Brasil, y otros proyectos como *Falco* en México. Esto, unido a productoras y canales locales y OTT.



**Ana Cecilia Alvarado**

VP de Desarrollo y Coproducción  
**ECUAVISA**



Bajo el slogan "Somos Ecuador, Somos Ecuavisa", el canal líder de ese mercado ha dado un salto al apostar por la generación de contenidos multiplataforma y multi-géneros, pero sobre todo al exportar el talento ecuatoriano al mundo, lanzando Ecuavisa Studios. Por medio de la división, la compañía presenta las ventajas comparativas a nivel de locaciones, seguridad, estabilidad, moneda; la capacidad de producción de Ecuavisa; el potencial de desarrollo de contenidos originales de creativos locales, y al mismo tiempo, la capacidad estructural de Ecuavisa de constituirse en socio estratégico para la región.



**Alberto Ciurana**

Chief Content & Distribution Officer  
**AZTECA**



TV Azteca celebró en 2018 sus 25 años en el mercado internacional y como generador de contenido y valor en la industria del entretenimiento global. Además, reconvirtió Azteca Trece en Azteca Uno, con una mayor oferta de contenido de entretenimiento y programación en vivo, y logró posicionarse en el mercado local con títulos como *Exatlón México*, *La Academia* y *MasterChef*. A nivel internacional, reforzó su equipo de distribución bajo el liderazgo de Alberto Ciurana y Patricia Jasin.



**Eduardo Ruiz**

Presidente & General Manager  
**A&E NETWORKS**  
**LATIN AMERICA**



Junto con ser uno de los principales productores de contenido original en la región, A+E Networks se viene destacando por el gran interés en la responsabilidad social, bajo el liderazgo de Eduardo Ruiz. Esto se ha reflejado en los numerosos reconocimientos a sus campañas, siempre apoyadas a nivel multiplataforma. History realizó la quinta edición de *Una Idea para Cambiar la Historia* con record de proyectos inscriptos, mientras que Lifetime lanzó por tercer año consecutivo *Valora tu Tiempo*, la campaña para la prevención del cáncer de mama, y A+E se metió de lleno en la lucha contra el bullying con su iniciativa #DiNoalCyberbullying.



**Frank Smith**

Presidente Distribución & New Media  
**HBO LATIN AMERICA**



HBO cerró un año de grandes producciones originales con el anticipo del final de *Game of Thrones* y el posterior estreno de la precuela de la exitosa serie para el 2019, que tendrá a Naomi Watts y Josh Whitehouse en su elenco. En Latinoamérica, no ha parado de producir contenido –ya anticipó *Pico de Neblina* en Brasil, *Mil Colmillos* en Colombia y el *El Huésped Americano*, que combina talentos de toda América, entre otros–. Junto con eso, su OTT HBO Go ya forma parte de la oferta de los cableoperadores en la región para llevar sus producciones a todas las plataformas.

# CuriosityStream: Los televidentes buscan contenidos para satisfacer su curiosidad

El fundador de Discovery Channel trae su nueva propuesta a Latinoamérica

‘El 40% de todos los espectadores de televisión buscan los contenidos documentales más extraordinarios. Y el rating indica que casi el 25% de los televidentes migran hacia el contenido que satisfaga sus diferentes curiosidades sobre eventos actuales, ciencia, tecnología, historia, naturaleza, espacio, aventura humana y estilos de vida’, dijo **John Hendricks**, fundador y presidente de **CuriosityStream**, la nueva propuesta de TV paga que se presentará en Natpe Miami para toda Latinoamérica.

Conocido en la industria por ser la cabeza detrás del lanzamiento y expansión de **Discovery Channel** en 1985, Hendricks sostuvo que ‘el apetito de contenido factual es notablemente similar al que había en ese entonces’.

‘Hoy, con el advenimiento del video on demand y mientras las marcas de no ficción tradicionales han abandonado hace mucho la programación factual, los espectadores de CuriosityStream pueden disfrutar de su elección entre miles de títulos de contenido enriquecedor en cualquier momento’, afirmó.

‘La tecnología y el auge de la era del streaming en los medios ayudaron a traer la visión de CuriosityStream a la realidad. Se lanzó en 2015 y está prosperando a medida que llenamos un vacío masivo en el mercado para la programación de primera clase en ciencia, historia, naturaleza, tecnología, sociedad y estilo de vida’, completó el ejecutivo.

## El mundo en un solo lugar

‘Nuestra meta es acercarle al televidente el mundo en un solo lugar para disfrutar, explorar y descubrir. Nuestra programación presenta cineastas de clase mundial, efectos visuales impresionantes y relatos sin igual para traer el mejor entretenimiento factual, sin factura de reality. Este es el foco y el compromiso con nuestros espectadores que diferencia a CuriosityStream’, dijo Hendricks.

‘Los espectadores de CuriosityStream son

deleitados con producciones como nuestra serie original ganadora de un Emmy *Stephen Hawking’s Favorite Places*, y nuestra última serie original 4K, *The History of Food*, que ofrece una profunda mirada dentro de la ciencia, la historia y el impacto cultural de la comida a través del tiempo’.



## Inversión en contenido

‘Contamos con más de 2000 títulos, creciendo rápidamente a 3000, muchos en UHD 4K, incluyendo originales exclusivos. Trabajamos

con cineastas visionarios y storytellers de todo el mundo. Hemos curado nuestra oferta de contenidos para presentar producciones en toda la gama de programación factual, de todos los temas que se puedan imaginar’, explicó el ejecutivo.

Así por ejemplo, *David Attenborough’s Light on Earth* lleva a los televidentes a los lugares más recónditos del planeta para descubrir el fascinante mundo de la bioluminiscencia. También nuevas áreas con series atractivas como el thriller histórico de la vida real *Scotland’s Murder Mysteries*. Además, CuriosityStream ofrece algunas de las mejores propuestas de los productores de contenidos más grandes, incluyendo socios en Latinoamérica, tales como **M31 Medios**, **Equilibrio Films** y **Nedo Films**.

‘CuriosityStream tiene acuerdos con más de 30 distribuidores que llegan a más de 100 millones de hogares en todo el mundo, incluyendo Prime Video Channels, Comcast, Cox, StarHub, Dish, Sprint Mobile TV, Apple TV, Samsung, Roku, LG, Sony, Vizio, Sling TV, VRRV, YouTube TV y más’, señaló Hendricks.

‘Nos damos cuenta de que un solo tamaño no se ajusta a todas las plataformas de los consumidores de todo el mundo, que en muchos casos varían por región y país. Ofrecemos a nuestros socios de distribución un amplio espectro de derechos, incluyendo contenidos lineales 24/7 y más de 2000 títulos de VOD. Estamos muy complacidos de traer estas flexibles oportunidades para la distri-



John Hendricks presidente de CuriosityStream

bución de CuriosityStream en los mercados latinoamericanos y estamos comprometidos a localizarlos en español’, agregó. ‘Tenemos más de 200 títulos en UHD 4K y casi todo nuestro contenido nuevo está siendo producido en esta resolución’.

## Natpe Miami

CuriosityStream estará en Natpe con todo su equipo, incluyendo al presidente y CEO, **Clint Stinchcomb**, y al SVP de Distribución, **Robert Gold**, quien afirmó: ‘CuriosityStream trae lo mejor del entretenimiento factual y del contenido documental a los mercados de Latinoamérica. Los espectadores anhelan esta categoría de contenido y calidad de elección que ha sido abandonada por los servicios de programación tradicionales. Realmente esperamos trabajar con Simma Media para identificar las oportunidades de asociación en la distribución para aportar un servicio de valor a los espectadores en su mismo idioma’.

Además, la empresa se ha asociado recientemente con **Simma Media**, empresa con un fuerte equipo de representación regional y local y un ‘fantástico conocimiento del mercado’, según remarcó Hendricks.

‘Natpe es solo el inicio de lo que esperamos que sean muchas oportunidades para encontrar a los operadores y socios potenciales en los eventos de la industria en toda Latinoamérica este año. Trabajaremos de cerca con Simma Media y planeamos tener una presencia en los shows locales’, completó.



# LA TELEVISIÓN QUE NOS UNE



[www.atresmediainternacional.com](http://www.atresmediainternacional.com)

## Digital Cornucopia: El 4K llega con fuerza a Latinoamérica

**Digital Cornucopia**, productora y distribuidora española, hace su debut en NATPE Miami 2019 donde destaca seis nuevos canales en 4K para operadores panregionales y locales.

Liderada por **Carlos Navia**, CEO, apuesta por contenidos distintivos, originales y con la calidad como seña de identidad: 'Son seis marcas que se distribuyen tanto de forma lineal como en VOD y streaming con el valor añadido del contenido singular y altamente diferenciador. Están concebidas para aportar valor y fidelizar a los clientes de los operadores de TV paga'.

**All Flamenco** es un canal que, partiendo del reconocimiento mundial de este estilo musical único, se expande a múltiples expresiones rítmicas relacionadas como los ritmos latinos y el jazz, y todo ello con producciones originales en calidad 4K.



Ya está disponible en España y Francia, y próximamente tendrá una app en Europa, Asia y América.

**PlayIbiza** emite contenidos musicales de clubbing y dance junto con programas de estilo de vida inspirados en la isla; **Slow Channel** es una ventana en 4K/HDR a paisajes naturales que provocan la relajación y la calma; y **Iberalia TV** es la marca líder en Europa dedicada a la caza y la pesca, trae tres canales lineales diferentes con documentales originales y exclusivos producidos en los lugares más recónditos e impresionantes del planeta con unos presentadores de personalidad única.

Entre las últimas incorporaciones al portafolio de Digital Cornucopia se encuentra **H&C (Horse & Country)**, dirigido a los amantes de los caballos con una programación que combina los mejores eventos deportivos



Carlos Navia, CEO

ecuestres internacionales y programas de estilo de vida relacionados con el mundo del caballo. 'Se distribuye actualmente en 7 países y 4 idiomas diferentes, y Digital Cornucopia lo trae ahora a América Latina en su versión en español y portugués', explicó Navia.

Finalmente, **Feelmakers TV**, con foco a una audiencia joven y urbana interesada en cortos de cine independientes, documentales originales y una animación inteligente. 'Ofrece una selección de los mejores títulos que aparecen en los principales festivales internacionales', concluyó el ejecutivo.

## CincoMAS, fuerte crecimiento en las Américas

**CincoMAS** dio grandes pasos en su expansión en las Américas el último año, especialmente en Centroamérica donde partió en nuevos operadores de Panamá, además de llegar a República Dominicana, Costa Rica y Guatemala.

**Yolanda Giordani**, responsable del canal internacional de **Mediaset España**, explicó: 'Además cerramos el año con el aval de los buenos resultados obtenidos por nuestro grupo de comunicación en España. Sus siete canales Free TV obtuvieron la triple corona: grupo audiovisual líder del consumo lineal con un 28,9% de share, líder del prime time con un 29,2% de share y líder del target comercial con un 31% de share'.

También fue líder en consumo digital con la oferta de videos de TV más vista (1.936 millones periodo enero-octubre) y con los sites de mayor número de usuarios de todas

las cadenas, situándose en quinta posición en el ranking general detrás de **Google**, **VEVO**, **BroadbandTV** y **Facebook**.

'Es además una de las mayores factorías de producción de contenidos de Europa, tanto propia como para otros operadores, y con una posición económica destacada y libre de deuda', añadió.

'Nuestra apuesta es por la ficción, con series que han obtenido gran éxito en España como *Perdóname señor*, que mezcla narcotráfico y amor en una trama protagonizada por Paz Vega; el thriller de terror *Rabia*; la serie de suspense *Sé quién eres*, ganadora del Premio Ondas a la mejor serie española en 2017; o biopics de grandes figuras como Rocío Dúrcal, Cayetana de Alba o el torero Francisco Rivera *Paquirri*'.

CincoMAS amplió la oferta de formatos de entretenimiento con el estreno de la nueva temporada de *Los Gipsy Kings* o nuevas entregas de *Chester*, en el que Risto Mejide conversará con invitados como la viuda de Pablo Escobar o



Yolanda Giordani, Responsable Canal Internacional Mediaset España

la actriz nominada a un Goya por su interpretación en la película *Pielos*, Itziar Castro. Además, la presentadora Samanta Villar estrenará su nuevo programa *La vida con Samanta*, en el que convivirá con personas peculiares que nos contarán a través de ella como es su día a día.

Sobre el futuro, la ejecutiva completó: 'Estados Unidos tiene una pujante presencia de hispanoparlantes que lo convierte en un mercado clave. Según Nielsen, los hogares hispanos con TV de pago ya superan los 15 millones, poniendo de manifiesto que hay una enorme demanda de contenidos en español'.

**CINCOMAS**  
dale al más

The image shows a grid of 12 circular thumbnails representing different programs available on CincoMAS channels. The thumbnails are arranged in a 4x3 grid. The first column contains three blue circles with the text 'más Actualidad', 'más Series', and 'más Reportajes'. The second column contains three circles with program images: 'Informativos Telecinco', 'Viajeros Cuatro', and 'Planeta Calleja'. The third column contains three circles with program images: 'El programa de Ana Rosa', 'Perdóname, Señor', and 'Ella es tu padre'. The fourth column contains three circles with the text 'más Reportajes', 'más Series', and 'más Entretenimiento'. The bottom row contains three circles with program images: 'Viva la vida', 'Sálvame', and 'más Entretenimiento'.

El canal internacional en HD del grupo líder en España

MEDIASET España.

AUDIOVISUAL FROM SPAIN

www.cincomas.com | Facebook Instagram Twitter @CincoMasTV

cincomas@mediaset.es T: +34 913 959 116

## Olympusat duplica servicios de doblaje y restauración de películas

Olympusat cuenta con 60 canales HD, cuyo contenido proviene de reconocidas casas productoras de todo el mundo, material que es traducido y doblado al español en estudios propios ubicados en Ciudad de México.

PRENSARIO visitó las instalaciones de la empresa en West Palm Beach, Florida, para ver de cerca la "cultura Olympusat", basada en un tratamiento especial a cada contenido para llevarlo a calidad premium HD.

Jesús Piñango, Senior Director of News and Media Relations de Olympusat, organizó un tour por las instalaciones de la mano de Eric Bressler, VP of Technical Operations, Aurora Bacquerie, Head of Content; Jim Wicks, Director of Digital Imaging & Senior DL Colorits, y el contacto telefónico desde México con Fernando Vargas, General Manager, Mexico Office.

Ofrecieron una visión completa del negocio y del importante crecimiento que están registrando. Aurora Bacquerie dijo que la búsqueda de contenidos originales de alta

calidad es clave para tener una oferta diferenciada. 'Tenemos diez profesionales que viajan por el mundo buscando contenidos para la audiencia latina en asociación con estudios reconocidos en EE.UU., China, India, Turquía, Europa. De todo ese material se hace doblaje al español con el equipo de Fernando Vargas en México', completó.

En México, el reto comenzó hace ocho años en una pequeña oficina de 350 metros en Polanco. 'Después de siete años nos aventuramos a expandirnos como una de las empresas más importantes en doblaje y restauración de producciones y en 2018 crecimos a un edificio de 1750 metros', señaló.

'Pasamos de dos a diez cabinas de doblaje, siete de post producción de audio y seis estaciones de escaneo y restauración de películas', detalló Fernando Vargas, para quien este crecimiento también ha sido gracias a la experiencia de dos reconocidas figuras de la dirección y el doblaje en México, como son Cecilia Airol y José Manuel



Aurora Bacquerie y Jesús Piñango, de Olympusat

Iturralde. Entre los nuevos proyectos para 2019 también está construir diez cabinas.

### La época de oro del cine mexicano

El mercado latino y ahora el europeo tienen una gran acogida por las películas de la Época de Oro del Cine Mexicano. 'Hay un gusto por lo vintage que entusiasma a viejas y nuevas generaciones, que tienen mucha curiosidad por ver qué se hacía antes por con la calidad de hoy', afirmó Jim Wicks. Demostró además, cómo convierte cada film de 35 mm a Full Screen, en calidad 4K y con corrección de color, cada película es tratada como una joya en sus oficinas y en pantalla se aprecia la calidad premium.



LIVE programming for children, millennials, women, music, sports and the most tweeted reality shows on Mexican TV.

ENTERTAINMENT FOR THE ENTIRE FAMILY



NEWS 24/7

Special Coverages



## TyC Sports Verano, en vivo desde Mar del Plata

TyC Sports Verano estrenó el 2 de enero un superprograma de 10 horas con toda la actualidad del planeta deportivo, en vivo desde el estudio propio en el Balneario 12 de Punta Mogotes, Mar del Plata.

TyC Sports Verano informa, analiza, entretiene y debate cada detalle de la mano del plantel periodístico que mejor entiende el juego. La jornada arranca a las 10 con Juan Martín Rinaldi, Guido Bercovich, Bárbara Vitantonio y todas las cámaras enfocadas en la actualidad de la pretemporada de todos los equipos, con cronistas en vivo desde los entrenamientos, las novedades de la preparación, testimonios, el mercado de pases y la información del deporte nacional

e internacional.

Al mediodía Gastón Recondo, Marcelo Palacios, Horacio Pagani, Leo Farinella, Juan Pablo Marrón y Eduardo Ramenzoni llegan con el análisis y el debate futbolero más picante de la TV.

A continuación, el plantel de Sportia actualiza todas las novedades de la jornada y desde las 17, con Diego Díaz, Gustavo Grabia, Guido Glait, Rodolfo Cingolani y Daniel "Rolfi" Montenegro.

El canal también transmite los mejores eventos como el torneo Sudamericano Sub 20. El torneo se disputa en Chile desde el 17 de enero y TyC Sports televisa todos los partidos del elenco nacional y los mejores



TyC Sports Verano

encuentros de cada jornada.

Además, la acción de la Liga Nacional de Básquet, la Liga Argentina de Vóley y las mejores veladas de Boxeo de Primera por títulos mundiales, latinos y argentinos completan la propuesta polideportiva de TyC Sports para que en el receso, la pasión no se detenga.

TyC Sports

TELERITMO

THE BEST MEXICAN MUSIC

The "grupero" culture looks for an echo and projection, that is why Grupo MultimEDIOS concerned about always being on top in massive media.

With transmission 24 hrs a day and a great variety of live programming, who looks for the funniest and entertained in this music culture.



Por Rodrigo Cochere, Supervisor de Implementación y Soporte, y Gabriel Bongiorno, Responsable de Desarrollo

## Toolbox: Diagnóstico de incidencias en aplicaciones móviles utilizando Charles Proxy

La tecnología evoluciona constantemente generando actualizaciones diarias en distintas aplicaciones, es por eso que posiblemente se encuentren con reportes de comportamientos inesperados en cualquier área de trabajo.

En nuestro campo, hemos detectado un comportamiento fuera de lo normal relacionado con la reproducción del contenido de video donde algunos suscriptores de un cableoperador reportaron que no era posible reproducir contenido desde la app móvil. Para encontrar la fuente del problema, es necesario relevar el tema a un equipo de Implementaciones y Soporte para analizar los logs o trazas del tráfico que se generan en los servicios.

En el caso de las aplicaciones de terceros que canalizan el contenido, no es simple obtener esta información de diagnóstico, por lo que recomendamos utilizar *Charles Proxy*, un software instalable que permite capturar datos de los request y así poder diagnosticar problemas u observar comportamientos de las aplicaciones y servicios. La herramienta se puede configurar para que todo el tráfico pase por ella registrando todas las peticiones de servicios, incluyendo las que llegan desde

una app mobile.

*Charles Proxy* cumple con dos funciones: 1) funciona como HTTP Proxy. Actúa como servidor que recibe los pedidos, por ejemplo, desde un browser de web, y luego hace ese pedido a Internet en nombre del peticionante. Luego devuelve los resultados al browser; 2) funciona también como

HTTP Monitor. Esta funcionalidad permite a los desarrolladores ver todo el tráfico entre un dispositivo e Internet, e incluye pedidos de datos (como los HTTP headers, y los GET y POST de form data) y la información de respuesta (incluyendo los headers y el cuerpo de HTTP).

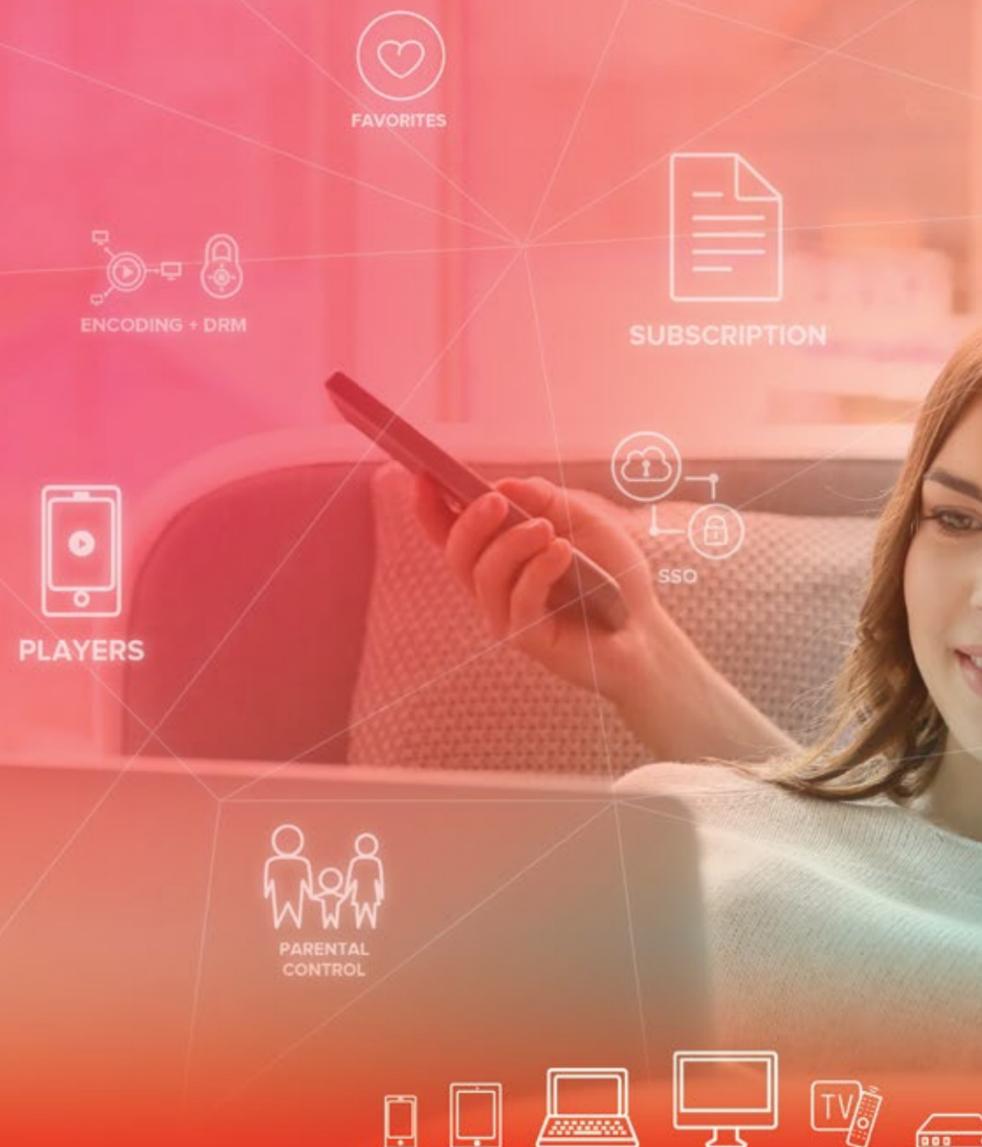
¿Por qué usar *Charles Proxy*? Aplicación compatible con Windows, Mac OS y Linux; Herramienta popular utilizada por varias empresas; Funciones intuitivas; permite pruebas de trazabilidad de información; permite debug de incidencias; cuenta con una versión trial; software licenciado con

un valor inicial de USD 50. Con esta herramienta pudimos extraer los datos derivados de la prueba, y pasar el tráfico de red del teléfono que corría la app a través de la terminal utilizando la conexión Wi-Fi de Toolbox.

Como parte del diagnóstico, *Charles Proxy* nos permitió monitorear los servicios del proveedor de contenidos que estaban involucrados en el funcionamiento de la aplicación, para identificar que ciertos parámetros enviados impedían la reproducción del contenido para los usuarios de ese operador. También se validó que los usuarios puedan registrarse correctamente en el portal, y se verificó contra otro servicio de la app, que es el que valida si el cliente cuenta con el paquete contratado. Esto último fue verificado previamente con el operador de cable, para luego pasar al análisis de la funcionalidad de la aplicación.



El equipo de marketing y comercial de Toolbox.



LEADERS IN THE DEVELOPMENT OF OTT SOLUTIONS

MIAMI BUENOS AIRES MONTEVIDEO

toolboxtve.com



## ¡Hola! TV lanza la temporada de las alfombras rojas

En enero comienza la temporada de premios del mundo del espectáculo y ¡Hola! TV se prepara para ofrecer todo el glamour y esplendor de las alfombras rojas. La *Hora ¡Hola!*, *¡Hola! Fashion* y *¡Hola! Cinema* son los programas donde se podrá seguir toda la información y el análisis de los nominados en los Golden Globes, Critic's Choice Awards y los SAG Awards.

Además, manteniendo el compromiso de estar presentes en los eventos más importantes en torno a la moda, ¡Hola! TV cubrirá un año más la *Mercedes-Benz Fashion Week* de Madrid, que tendrá lugar del 25-29 de enero.

Por otro lado, aprovechando los cumplea-

ños de enero, Íconos ¡Hola! TV felicita de forma muy especial a tres leyendas de la canción latinoamericana: la mexicana Yuri, el venezolano José Luis Rodríguez "El Puma" y la cantante, actriz y empresaria Lucía Méndez.

Este mes, el bloque sobre realza está protagonizado por el príncipe Harry, en su aventura inolvidable al reino de Lesotho, donde las cámaras serán testigos de su viaje en el remoto país africano. Y por la duquesa de Cornwall, en un retrato muy personal gracias al acceso sin precedentes que ha tenido ¡Hola! TV a la mujer que algún día será la reina consorte de Inglaterra.

Tras el éxito de la primera temporada de



En enero, las alfombras rojas están en ¡Hola! TV

las *Reinas del Shopping*, el canal emitirá nuevo episodios de la segunda entrega de este espacio en el que varias mujeres compiten por mostrar rapidez, creatividad y originalidad para crear su look bajo la mirada experta de Cristina Cordula.

¡HOLA! TV

## Simma Media e IB Broadcasting lanzan nueva plataforma de señales para Millenials

La alianza se conocerá en NATPE Miami

Hace varios años que Adrián Schmotolocha, Managing Director de Simma Media, y Eduardo Caso, de IB Broadcasting/AG Estudios, están trabajando juntos.

Eso redundó en que Caso represente con sede en México a Havoc, Gynx, la nueva señal CuriosityStream y CineMoi, además de trabajar a Mórvido en la región.

Ahora darán el siguiente paso para asociarse directamente para presentar esta plataforma de nuevas señales, que tienen todas un ecosistema de new media que supera totalmente a los canales lineales para llevar adelante su entrada en los millenials.

Todos tienen segundas pantallas, fuerte trabajo en las redes, eventos aparte como el Festival de Cine de Mórvido o los e-Sports, radios y otros medios.

Queda por confirmar si va a ser una extensión de Simma Media Latinoamérica o IB Broadcasting, pero ya quedará for-

malizada en Natpe para tomar su forma definitiva hacia los siguientes eventos. Si aseguraron que la red de distribución que vienen teniendo con Matilde de Boshel en Colombia o Adriana Demjen en Brasil continuará.

### Éxito de Mórvido con DirecTV

En segundo lugar, Eduardo Caso destacó la experiencia de Mórvido con DirecTV en el Cono Sur. Fue la primera vez que DirecTV hace un prueba así, donde la primera semana el público debía mandar un sms para recibir la señal, y las siguientes dos semanas ya no en Argentina y Uruguay.

Se extendió de tres semanas a cinco por la buena repercusión, que fue más fuerte de lo esperado según destacaron en el operador satelital en Argentina, Chile, Uruguay con todo y también en Perú, donde estuvo abierto todo el tiempo y el público es muy proclive como en México.



Eduardo Caso, de IB Broadcasting



Adrián Schmotolocha, de Simma Media



EL PRIMER CANAL CUBRIENDO ESPORTS EN EL MUNDO

CONTACTO  
Eduardo Caso, Simma Media  
T: +52 (55) 7589 8351

## Claxson: En HD y formato corto

El 2018 ha sido un año con un balance muy positivo para **Claxson** en cuanto al crecimiento de suscriptores y penetración del **Hotpack** en los principales operadores de América Latina.

**Esteban Borrás**, VP Ventas **HotGo Media**, explicó: 'Los ingresos se vieron afectados por las fuertes devaluaciones, principalmente en Argentina, pero fortalecimos nuestra oferta VOD con más títulos en HD, formatos cortos y sumando la oferta en operadores que lanzaron sus plataformas de VOD. **HotGo** tuvo un rediseño total del sitio: nueva navegación, recomendador de títulos, look & feel, aumentamos la cantidad de categorías, incorporamos nuevas marcas como **Private**, entre otras'.

En producción, se contrataron talentos locales como **Celia Lora** en México y **Mafer Pérez** en Ecuador, con las que se realizaron producciones exclusivas. 'En correlación con dichas producciones sumamos dentro de la plataforma la posibilidad de suscripción directa por diferentes medios de pago', añadió Borrás.

'En el 2019 los principales operadores van a terminar de definir sus ofertas in-

tegrales de TV + OTT u OTT, para los que no son sus clientes de TV. Y en todas esas ofertas, nuestro **HotPack** y **HotGo** serán los adicionales que los podrán ayudar a elevar su ARPU y a compensar los grandes costos de desarrollo tecnológico que están teniendo. En el segmento adulto, si bien existe mucha oferta gratuita, un buen porcentaje de consumidores están dispuestos a pagar por contenidos en alta calidad', dijo.

'Siempre fuimos una empresa pionera en cuanto a los cambios que fueron ocurriendo en el mercado. Para eso hemos customizando nuestra oferta para que el usuario la pueda encontrar en todas las plataformas disponibles del mercado y la pague con el medio que más le convenga', resaltó.

En NATPE Miami 2019, Claxson seguirá apuntalando su presencia en los operadores de TV: 'Todavía existen operaciones que pueden mejorar mucho sus niveles de venta. Por otro lado buscamos ampliar al resto de los territorios la posibilidad que los suscriptores pueden acceder a **HotGo** con otros métodos de pago, como por ejemplo tarjetas de crédito y débito, efectivo o tarjetas prepagas'.



Esteban Borrás, VP Ventas HotGo Media



Celia Lora, nuevo talento de Hotgo

'Natpe se convirtió en un evento muy importante para Latinoamérica, donde concurren los principales referentes de la industria y en nuestro caso, es muy importante para arrancar el año impulsando nuestros principales planes y proyectos', completó Borrás.

## Cisneros Media: Crecimiento en distribución y éxito de VePlus Go

**Cisneros Media Distribution** cerró un año de gran presencia en la región; sus señales llegaron a 25 millones de hogares entre Latinoamérica, Caribe y US Hispánico, y continúa el crecimiento de **VePlus Go**, la plataforma OTT lanzada al mercado en 2017.

**Carlos Cabrera**, director de ventas afiliadas en TV paga, estuvo presente en los principales eventos de la industria este año, incluyendo Bolivia Media Show, donde la señal venezolana cuenta con un buen nivel de penetración, con acuerdos con las asociaciones de operadores y cooperativas, además de **Tigo Star**.

En el resto de la región, está bien posicio-

nada en Colombia, República Dominicana, Panamá, Ecuador y Centroamérica. 'La meta para este año es fortalecer la presencia en Chile, Perú y Argentina', completó el ejecutivo. Para eso también participó en los eventos más relevantes de la región.

En este sentido, Cisneros se apoya en un producto de calidad para generar valor a los operadores.

'Es necesario contar con una oferta fuerte porque ya no existe la programación de relleno en las grillas de los cableoperadores. Toda la oferta tiene que ser relevante', afirmó.

**VePlus Go** se ofrece a través de los operadores e incluye programación en vivo,



Carlos Cabrera, de Cisneros, y Fernando Muñoz, de Televisa Networks

catch-up TV de las novelas en pantalla y el último mes emitido en todos los contenidos de variedades. 'Los suscriptores del "Nivel Max" pueden acceder a más de 2000 horas de telenovelas', detalló Cabrera.

# MEDIASET ITALIA

## That's amore



Your favorite Italian TV channel abroad

www.mediasetdistribution.com

## GINX TV lanza GINX Esports TV en Latinoamérica

La señal en español estará en NATPE

En 2018, los ingresos globales en torno a los videojuegos y torneos en línea crecieron hasta totalizar USD 905,6 millones, con una audiencia de 380 millones, integrada por un 43% de entusiastas y un 57% de espectadores ocasionales, aproximadamente. Esta sorprendente cifra de audiencia continuará en aumento y se espera que en 2021 alcance los 550 millones.

En este contexto, podría esperarse que los e-Sports terminen por conquistar el entretenimiento mainstream, y que GINX Esports TV se posicione como líder de esta tendencia en televisión. Como el canal de este rubro más grande del mundo, la señal



busca replicar su éxito internacional en las Américas, y acaba de anunciar el lanzamiento de un canal en español que se podrá ver en toda la región, que estará en esta NATPE Miami, representado por **Sam Butler**, Director de Ventas Afiliadas de GINX TV, y su agente **Adrian Schmotolocha**, de **Simma Media**.

‘Las Américas tienen una audiencia hispanoparlante de e-Sports combinada de más de 26 millones de personas. Los fanáticos de la disciplina en Sudamérica son algunos de los más dedicados y apasionados en el mundo’, dijo Sam Butler.

GINX Esports TV ofrece una cobertura única las 24 horas del día, atendiendo a todas las “tribus” de los e-Sports, que son los fanáticos de diferentes géneros o títulos de los videojuegos alrededor de todo el mundo. Su éxito internacional subyace en su única habilidad de ofrecer perspectivas, tanto locales como internacionales a sus usuarios.

El canal está disponible en más de 50 millones de hogares a través de ocho feeds en diez idiomas, con nuevos feeds e idiomas adicionales que se lanzarán en 2019,



The International 8 se transmitió meses atrás en GINX Esports TV, con su premio récord de USD 25 millones

incluyendo Latinoamérica.

Sam Butler agregó: ‘El apetito de un canal de e-Sports en español nunca ha sido mayor y GINX ofrece una oportunidad única para traer los mejores eventos internacionales y para elevar el contenido local’.

La producción comenzará pronto y algunos de los torneos internacionales más icónicos serán transmitidos en el canal. El juego competitivo, como se denomina a los e-Sports a veces, ha llegado a los titulares mientras más marcas y empresas se vuelcan al género para captar y retener a la importante audiencia millennial; esto es cierto en Latinoamérica tanto como lo es en el resto del mundo.

## Sony y AXN presentaron sus novedades de programación

Sony Pictures Television Latin America realizó su upfront de programación para las señales Sony y AXN. **Ivana Steinberg**, Directora Ejecutiva Consumer Marketing, y **Lucía Ceballos**, Gerente de Marketing para Cono Sur, contaron todos los estrenos y contenidos exclusivos para los próximos meses, remarcando el concepto “Vive el Momento”.

Steinberg destacó para AXN *The Black List*, todas las sagas de *NCIS*, o *Seal Team*, estrenada en 2018 y con una segunda temporada confirmada para el 2019, además, todas las franquicias de *CSI*. Anunció el

estreno de *Hawai 5.0*, y mencionó el fenómeno de *Criminal Minds*. Otra novedad es *Carter*, comedia de producción original de Sony Pictures. También emitirá *Absentia*, *The Fix*, la serie creada por Marcia Clark, la fiscal del controvertido caso de O.J. Simpson, y *Reckoning*.

En Canal Sony, los lunes son de *Grey's Anatomy* y llega su spin-off *Estación 19*, así como *Lucha por la Justicia*.

En 2019, se estrenará la nueva versión de *Grand Hotel*. En asociación con Sony Music, Canal Sony seguirá con los especiales de artistas. Después del exitoso programa



Ivana Steinberg, Lucía Ceballos y Natália Picosse Galani, PR, de Sony Pictures TV

dedicado a **Abel Pintos**, se estrenan los de **Reik** y **Becky G**. Por último, *Food Truck Challenge On The Road*, esta vez localizada en Uruguay.

DIGITAL  
**Cornucopia**

Contenidos originales, frescos y diferentes en 4K

Presentes en el NATPE 2019. Contáctanos en sales@digitalcornucopia.com

WWW.DIGITALCORNUCOPIA.COM

## Chile Media & Content: Balance positivo con temas para mejorar

Chile Media & Content, con su nueva denominación adaptada al creciente protagonismo del contenido, tuvo en su inauguración la destacada presencia de **Pamela Gidi**, subsecretaria de Subtel. Estuvo acompañada en el panel por **Cristian Zuleta** de TV Cables de Chile, **Washington Melo** de CUTA Uruguay, **Rodrigo Moreno** de Arcatel, **Ignacio Landetta** de Fox, **Jaime Bellolio** y **Sergio Piris**.

Gidi remarcó el trabajo del organismo para visualizar la industria como convergente y dijo que todavía hay una brecha de conectividad grande, con sólo 3 millones de conexiones de banda ancha y con 4 de cada 5 hogares sin Internet fija. El presidente **Sebastián Piñera** le encargó a la Subtel que 'todos los chilenos se beneficien de la transformación digital'.

### Piratería y OTT

Chile Media & Content empezó con **Eduardo Steinmetz** del departamento de piratería de Fox. Además de hablar de los pilares de sus acciones, arrojó números como que en Chile hay 3,7 millones hogares de TV paga,



Ignacio Landetta de Fox y Jean Paul Jorge de Claro



Luis Fonseca de Thema, Diego Torregrosa, Carlos Cabrera, de Cisneros y Marcelo Bresca, de Frida



Corte de cinta con participación de Pamela Gidi, de Subtel

230.459 colgados y un subreporte de 231.291.

Luego vino la conferencia central sobre OTT y la Convergencia en la TV, que destacó a **Jean Paul Jofré**, director de mercado residencial de **Claro**, junto a **Mauricio Navarrete**, gerente de ventas mayoristas de **GTD**, acompañados de **Sergio Chaves** de **Hispamar**, **Gustavo Marra** de **Eutelsat** y **Alejandro Neri** de **SES**.

Navarrete destacó la operación de GTD en Colombia y Perú, con 2500 colaboradores, y los datacenters Tier III Network, inaugurando uno nuevo en Puerto Montt. **Jean Paul Jofré** de **Claro** dijo que el mercado de TV paga sigue creciendo a ritmo de 3,5% anual y que la empresa ve en el OTT un complemento a la TV paga; **América Móvil** tiene **Clarovideo**, alianzas con **Viacom**, y **Crackle** y que pronto subirá los contenidos play and go de los demás programadores. Luego se destacó la presencia de **Dave Royle** de **Smithsonian Channel**, que había estado en Jornadas.



Giorgio Hernández de Claro, Loreto Gaete de TV+ y Mariela Bonilla de Discovery

El segundo día de Chile Media Show comenzó con la conferencia sobre calidad de contenidos y ratings moderada por **Alejo Smirnoff** de **PRENSARIO**, que fue oportuna con el nuevo canal abierto **TV+**, representado por **Enrique Aimone**. También se destacó **Marcos Pérez** de **¡Hola! TV**, con el caso de éxito como canal aspiracional que cumple cinco años en la región con su gran apuesta a horas originales, y **Alejandro Neri** con la parte técnica necesaria para ese concepto de calidad.

Luego, tras un screenshot de **AMC** realizado por **Victoria Coppola**, se realizó una nueva conferencia de **Certal** dedicada a la piratería. Participó **VTR** con **Pablo Cereceda**, quien afirmó que los líderes tienen más responsabilidad en la sociedad, con Chile reconocido entre los 11 países más piratas del mundo.

También fue protagonista **Telecom Argentina** con el siempre elocuente **Sergio Piris** que se mostró contrario a la Ley Pinedo donde los ISPs son responsables de los contenidos, y **Discovery Networks** con **Sergio Canavese**, que enfatizó como se pierden recursos en todas las etapas y como en **Discovery** se lucha contra la piratería regularizando operadores y solucionando la competencia en las diferentes plazas, que está recorriendo toda Argentina y los demás países del Cono Sur –desde enero manejará también Perú desde la oficina de Argentina–.

**HOTGO** ▶ hotgo.tv  

 La mayor variedad para adultos en un solo click.

**HD** Más de 1000 contenidos full HD de las marcas más reconocidas.

 Disponible desde cualquier dispositivo móvil.

 Privado y seguro.



LOS MEJORES CONTENIDOS PARA ADULTOS DE FORMA PRIVADA Y SEGURA

**PLAYBOY TV**  
Producciones Originales en Español

**VENUS**

**SEX TREME**

**PENTHOUSE**

**PRIVATE**

CONO NORTE: Esteban Borrás: eborras@claxson.com

CONO SUR: Omar Figliolia: ofigliolia@claxson.com

## Smithsonian Channel, en Chile

David Royle, EVP de Smithsonian Channel, cumplió su segunda exposición en Sudamérica en Chile Media Show, tras haber realizado una gran presentación en Jornadas de Argentina, buscando la expansión en el marco de la partida con DirecTV Panamericana.

Royle destacó que la excelente recepción de la señal y adelantó que están por encima de las expectativas que se habían planteado.

Sabe que las grillas están difíciles y que la gente busca skinny bundles (paquetes con menos señales) y en eso su calidad se puede destacar.

Agregó que participará en Natpe Miami, que será un gran espacio para seguir hablando con los operadores principales de Latinoamérica.

Justo para entonces o poco después habrá muy buenas novedades para la señal en Europa, donde sigue incrementando su distribución



Dave Royle y la productora Mónica Barrios

y eso da todavía mejores perspectivas para apostar en forma paralela a nuestros países.

## DHE: Crecimiento significativo con las nuevas plataformas

Julio César Gómez es el presidente de DHE, señal que está cumpliendo seis años al aire con un crecimiento cada vez más significativo. El ejecutivo estuvo en Chile Media & Content, coronando un nuevo gran año de presencia en eventos, en este caso junto a Frida Media Group que tomó la distribución en ese mercado.

Así, cerró un 2018 positivo, con acuerdos de contenido muy buenos y contando con los derechos para VOD, Catch-Up y OTT. El año pasado cerró nuevos contratos con Claro y Millicom y hay expectativas de crecer más para el año que inicia.

El canal apostó a un servicio premium dentro del básico y eso genera un importante valor en el televidente. 'Hoy tenemos

más reconocimiento de marca y una gran apreciación porque no tenemos tandas comerciales. La gente se siente satisfecha de tener un contenido tipo premium en el básico y con la oportunidad de disfrutar de todas las nuevas tecnologías', dijo Gómez.

Se trata de películas y series recientes, con estrenos de 2016 y 2017 inclusive. En septiembre estrenó en exclusiva para Latinoamérica la serie *Búsqueda Implacable*, inspirada en la saga de acción *Taken*.

'Tenemos el gran reto de crecer en México, para lo que estamos cerrando una nueva representación local. En el sur con Frida tuvimos un buen comienzo en Argentina y Chile, con buenos resultados después de Jornadas, y esperamos continuar así. La



Julio César Gómez con Marcelo Bresca, de Frida, nuevo representante para Argentina y Chile

coyuntura de devaluación en Argentina ha golpeado, pero igual seguimos creciendo. Para el 2019 haremos presencia en todos los eventos y Natpe será el siguiente paso de cara a todos estos grandes objetivos con nuestros clientes', concluyó.

## SGDG: Gran experiencia de Mórvido con DirecTV

SGDG de Sabrina Capurro estuvo en Chile Media Show, donde apoyó todas sus representaciones y en particular la de Mórvido de México, que tuvo muy buena respuesta con su propuesta en DirecTV Cono Sur, que tiene muchísimos seguidores de las distintas plataformas como el festival de Cine en Guadalajara y Halloween.

La prueba era hasta el 11 de noviembre y se extendió al 30, y en Argentina y Uruguay se abrió a todos los suscriptores, no sólo a

los que se comunicaran por SMS.

Junto con eso, se destacó la llegada de Kanal D en Montevideo con Nuevo Siglo, siguiendo la tendencia del lanzamiento en Telefónica y Claro en Argentina. Lo bueno, remarcó Capurro, es que hay señales nuevas de nicho que funciona muy bien.

En Chile, el objetivo fue reforzar el trabajo de todo el año y reunirse con más socios de TV Cables de Chile. Está lanzando Clan y Star en varias de sus localidades y



Sabrina y Mariana Capurro, de SGDG, con Xavier Alvarado, de Inti Networks, en Chile Media & Content

sumando plazas, así que era importante. El siguiente paso será Natpe, muy útil para los operadores grandes.



UN MUNDO MÁS GRANDE



UN MUNDO MÁS ASOMBROSO

Smithsonian CHANNEL UN MUNDO MÁS BRILLANTE

HISTORIA NATURALEZA CIENCIA AIRE Y ESPACIO CULTURA POPULAR

Programas factuales galardonados provenientes de uno de los nombres más célebres del mundo, disponible en HD y 4K UltraHD.

Para más información, contactar a: Castalia Communications Corp.  
Miguel Torres-Bohl, VP Sales & Marketing - Latin America  
miguel@castaliacomunications.com  
Oficinas en México y Perú

©2018 SNI/SI Networks L.L.C. Protegida por copyright; todos los derechos reservados. "Smithsonian Channel" es una marca registrada de Smithsonian Institution. SNI/SI Networks L.L.C. es un usuario autorizado.