



MORE FRIENDS
IN THE
NEIGHBORHOOD!


SESAME WORKSHOP.

TM and © 2021 Sesame Workshop.

MAYO 2022 | AÑO 31 | # 407

Prensario

Kids & Teens

www.prensario.net

TELEVISIÓN • PLATAFORMAS DIGITALES • LICENSING



Premios Quirino
de la Animación
Iberoamericana



ANNECY

FESTIVAL

kidscreen
SUMMIT RETURNS
GETTING BACK TO BUSINESS. TOGETHER.

EDICIÓN
ESPECIAL

PREMIOS QUIRINO • ANNECY FESTIVAL • KIDSCREEN SUMMIT

UNIQUE TAX INCENTIVES & ADVANTAGES FOR ANIMATION COMPANIES!



Peterson and Findus
b-Water



Animacars
Birdland



Cleo
La Casa Animada



Bodytown
Anima Kitchent



Interstellar Ella
3 Doubles



Emmy y Gooroo
Tomavision

4%
Corporation Tax
Canary Islands
Special Zone

50%-45%
Deduction for investment
in Spanish productions
and co-productions

Soft landing
Tailored training packages
European quota programming
Creative talent
Work-life balance
Competitive costs

50%-45%
Direct deduction for
international productions

0%
Regional VAT

Canary
Islands **FILM** 
we are animation

www.canaryislandsfilm.com
Lanzarote · Fuerteventura · Gran Canaria
Tenerife · La Gomera · La Palma · El Hierro



NEW
SPANISH
ANIMATION

NOMINACIONES

PREMIOS QUIRINO DE LA ANIMACIÓN IBEROAMERICANA 2022



**D'ARTACÁN Y LOS
TRES MOSQUEPERROS**
Mejor largometraje

VALENTINA
Mejor largometraje



**LAS MOSCAS SOLO
VIVEN UN DÍA**
Mejor cortometraje de
escuela de animación



FLASH
Mejor animación
Iberoamericana de Encargo

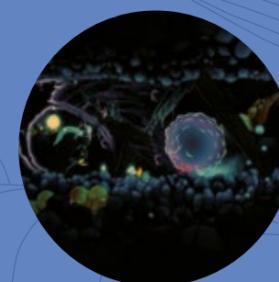
BRAVE BUNNIES
Mejor serie de
animación



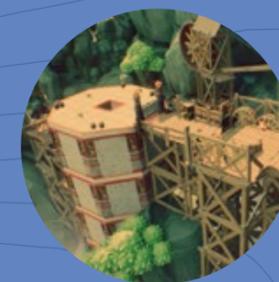
**LEOPOLDO EL
DEL BAR**
Mejor cortometraje



AETERNA NOCTIS
Mejor animación
de videojuego



MIRLO: ABOVE THE SUN
Mejor animación
de videojuego



GENETHIC
Mejor cortometraje de escuela de animación
Mejor diseño de animación

**LEOPOLDO EL
DEL BAR**
Mejor cortometraje



NARITA BOY
Mejor animación de videojuego

NACER
Mejor diseño de animación



LÁGRIMAS DE DRAGÓN
Mejor cortometraje de escuela de animación



THE MONKEY
Mejor diseño de sonido y
música original



Premios Quirino
de la Animación
Iberoamericana

tenerife!
film commission

Adult Swim: animación para adultos de atractivo global

Adult Swim ha sido un canal lineal de USA por más de 20 años y el destino #1 entre adultos jóvenes durante más de 15 años. Comenzó a expandirse a otros territorios hace más de cinco años con un canal 24 horas en asociación con Corus Canadá, bloques brandeados en canales lineales de todo el mundo, asociaciones SVOD y ahora con el lanzamiento global de HBO Max.

PRENSARIO KIDS & TEENS entrevistó a Michael Ouweleen, presidente, quien subrayó: 'Descubrimos que, incluso en mercados donde no estamos distribuidos, los jóvenes conocen y quieren que nuestro canal: la mayor parte del tráfico digital y visitas provienen desde fuera de USA'.

Continuó: 'Tenemos un historial de éxito con las adquisiciones lineales, en particular las comedias animadas de Fox, varias de las cuales fueron canceladas antes de que las seleccionáramos, y luego obtuvieron una segunda vida gracias al éxito que tuvieron en nuestra pantalla. Esto aplica para Family Guy, Futurama y otros'.

Pero Adult Swim también ha realizado decenas de originales durante 20 años, cientos y cientos de episo-

[adult swim]



Michael Ouweleen, Presidente

dios de comedias animadas, anime y acción en vivo, y ha ganado 24 premios Emmy entre esos originales. 'Con el tiempo, eso se ha convertido en cada vez más en mundo lineal, y nuestro reciente encargo de 70 nuevos episodios de Rick y Morty ayuda mucho a eso. Estamos enfocados en reforzar nuestro catálogo de programas de atractivo mundial, con Rick y Morty como base, y construyendo sobre la nueva serie que se lanzará este año'.

Ouweleen continuó: 'Estamos trabajando con nuestros compañeros de Warner Bros. Discovery y HBO Max en todo el mundo para asegurarnos de que nuestra animación se estrene día y fecha para una audiencia global tanto como sea posible. También hemos estado identificando talentos de todo el mundo. Dos de nuestras comedias, YOLO: Crystal Fantasy y Smiling Friends, tienen el mismo creador australiano'.

La compañía acaba de hacer un piloto animado en la Ciudad de México y tiene una larga historia de asociación con estudios y directores de Japón para originales de anime. 'También tratamos de resaltar la próxima generación de talentos de animación a través de nuestro proyecto "Smalls", trabajando con creadores de todo el mundo', agregó.

El ejecutivo destacó que lo que define a Adult Swim no es solo que sea bueno en la animación: 'Es que continuamente desafiamos las expectativas y encendemos la conversación haciendo cosas sorprendentes. Tenemos un historial de hacer eso en los juegos, particularmente en dispositivos móviles, y a través de la música, los eventos (Festival de natación para adultos), etc. Hemos renovado todo nuestro enfoque social para estar en las pantallas más cercanas a nuestra audiencia de adultos jóvenes. Si bien es importante mantener el lineal fresco y emocionante, durante años hemos aumentado nuestro esfuerzo por pantallas más pequeñas/más rápidas/inmediatas, lo que llega a una cohorte global al instante'.

El canal participa este año en el "Foro de Coproducción y Negocio" de los Premios Quirino de la Animación Iberoamericana. Para concluir, Ouweleen se refiere al futuro de la indu-



Una de las comedias animadas más exitosas de todos los tiempos, Rick y Morty



Nuevas comedias: YOLO: Crystal Fantasy y Smiling Friends

stria de habla hispana: 'Hay mucho talento de animación en América Latina y España, y solo ha ido creciendo. Parte de lo que es tan gratificante del rápido crecimiento a nivel mundial son las posibilidades de colaboración y creatividad que pueden surgir'.

SUNNY SIDE BILLY
FROM THE DIRECTORS OF OGGY COCKROACHES, SLINKY
52X11' | 5-8 YEARS OLD COMEDY

KINGDOM OF NONE
52X11' | 7+ YEARS OLD ADVENTURE COMEDY

The Goober Troop
52X11' | 7+ YEARS OLD ADVENTURE COMEDY

TOONZ MEDIA GROUP | imira | HEARST media production group | clan rtve

TOONZ MEDIA GROUP | Ferly | HEARST media production group

TOONZ MEDIA GROUP | BUZO | telegael | The Walt Disney Company Europe, Middle East & Africa

KiKA celebra 25 años: **'La animación siempre será un motor central'**

KiKA, el canal infantil alemán gestionado por una empresa conjunta entre las entidades públicas **ARD** y **ZDF**, cumple 25 años este año y ha logrado esta sólida posición con programas educativos y de entretenimiento. En 2021, fue por tercera vez consecutiva el canal infantil líder de habla alemana con una participación del 16,4% entre los niños de 3 a 13 años.

'Muchos de nuestros socios de producción locales y globales han contribuido a nuestro éxito. **KiKA** es una gran historia de éxito: somos #1 en el mercado alemán, por delante de todas las potencias estadounidenses', inició **Sebastian Debertin**, Jefe de Adquisiciones y Coproducciones de Contenido Internacional, quien participa este año como jurado de los Premios Quirino de la Animación Iberoamericana. 'He disfrutado la variedad, calidad y riqueza, así como de la innovación, narración, diseño de personajes, diversidad de los diferentes proyectos en competencia desde España y América Latina. Es un gran honor estar aquí', subrayó.

Sobre el canal, prosiguió: 'Estoy orgulloso de formar parte desde la preparaci-

KiKA
von ARD und ZDF



Sebastian Debertin, Jefe de Adquisiciones y Coproducciones de Contenido Internacional, KiKA

ón en 1996 y el lanzamiento de KiKA el 1 de enero de 1997: somos líderes en el mercado de la televisión infantil (lineal), muy por delante de la competencia comercial en niños de 3 a 13 años. La app **KiKA Player** se está ganando audiencia. Y somos #1 en imagen de marca, muy por delante de **Netflix** y otros, mientras que millones de niños y padres en la Europa de habla alemana lo consideran una marca confiable y querida por igual', resumió.

'Actualmente tenemos un mayor número de producciones y coproducciones nacionales e internacionales, como series animadas para preescolares, comedias animadas y especiales. La última es la coproducción europea estrenada el mes pasado, *Los Pitufos*, con **IMPS**, **Peyo Productions**, **Dargaud**, **TF1** (Francia) y **RTBF** (Bélgica). Además, *Schloss Einstein* (**MDR/ARD/KiKA**), *Die beste Klasse Deutschlands* (**KiKA/hr/ARD**), las series preescolares *ENE MENE BU*, *Löwenzahn* y *Dein Song* (ambos de ZDF), y eventos especiales como *Junior Eurovision Song Contest* (**NDR / KiKA**).

'Tenemos series de live action y un programa de noticias diario, producido exclusivamente por **ZDF**. La animación fue y será siempre una fuerza motriz. Nos gustaría ver más conceptos originales en los próximos años, como la IP basada en un libro coproducida con **Letko** (Polonia) y **Sixteen South** (Irlanda del Norte), *Odo!*, que ofrece una narración fuerte y un buen concepto visual de **Alena Tkatch** de Ucrania'.

KiKA juega un papel fundamental en la vida de los niños mientras consumen medios: 'Es por eso que queremos y necesitamos más conceptos y programas geniales para todo tipo y género de espectáculos, desde ficción hasta no ficción. Los largometrajes animados ocupan un lugar muy importante, películas adecuadas para los diferentes grupos objetivo de niños además de la familia. En otras palabras, el co-viewing es realmente ventajoso. Lo mismo en largometrajes live action, tanto para un público infantil como para un público infantil más familia. Dependiendo de la historia y los personajes,



crédito: Dieciéisús Sur/Letko

Odo!, serie basada en un libro, es coproducida con Letko (Polonia) y Sixteen South (Irlanda del Norte)

el interés comienza con películas para un público de 5+ a 8 años, seguido de 6-10 y hasta niños mayores de 10-13', describió **Debertin**.

Además, **KiKA** tiene especiales animados para medios lineales y no lineales, y no solo para días festivos: *Piney* de **Raydar Media** sigue la coproducción nominada al Emmy de KiKA *The Christmas Letter* (**Lupus Films** y **Dream Logic**). 'Coproduciremos otro especial de Halloween con **Dream Logic**: *The Ghastly Ghoul* (.30) para los slots de días festivos, Navidad o Semana Santa'.

'Otra necesidad central son las series animadas dedicadas al target 6-9+, para niñas y niños por igual, con un concepto de alto perfil. No tienen tanta demanda los llamados programas de "audiencia puente" para niños de 4 a 7 años o más: *Fireman Sam*, que celebra su temporada 12 y lanza una nueva próximamente, junto con un especial. O *Dog loves books*, una serie animada que presenta la diversión que se encuentra en el mundo de los libros, que ha sido coproducida con **iGeneration** (también conocido como Komixx Entertainment) y **BBC**'.

'Siempre identificamos series live action para diferentes grupos de edad, con énfasis en 6-9. Las innovadoras producciones para niños de 10-13 años, que reflejan sus necesidades e intereses especiales sin ser demasiado oscuras, también están en la cima. Nuestro slot preescolar *Kikaninchen* es muy fuerte. Buscamos trabajar con empresas grandes y pequeñas de todo el mundo para encontrar nuevos conceptos sólidos y muchas de las historias de éxito provienen de empresas boutique pequeñas y creativas', concluyó **Debertin**.



Please contact us for more information

CEO of MONDO TV Studios: Maria Bonaria Fois | E-mail: mb.fois@mondotvstudios.com
www.mondotvstudios.com



In collaboration with

TiVi5MONDE: nuevas oportunidades por venir

Como la red global de entretenimiento pública en francés, **TV5MONDE** transmite las 24 horas, 7 días de la semana y ofrece contenido en 13 idiomas subtítulos en todo el mundo, brindando 7 servicios premium **TV5MONDE USA**, **TV5MONDE Cinema On Demand**, **TV5MONDE Style**, **TV5MONDE Docs**, **TV5MONDE Info**, **TiVi5MONDE** y el VOD **TV5MONDEplus**.

En la última edición de MIPTV en Cannes, el grupo público francés celebró el 10º aniversario de **TiVi5MONDE**. Lanzada en enero de 2012, el canal está dirigido principalmente a niños africanos de habla francesa (4 a 13 años) y el objetivo principal es enseñar francés a niños pequeños a través de programas específicos.

El canal infantil transmite programas educativos, dibujos animados, series infantiles y juegos. Toda la programación es francófona y sin publicidad. Entre ellas, destacan *Our neighbors the pirates*, *Gabao*, *The Story House*, *Coach Me if you Can* y *Hey, little wolves! Actions to remember*, o la animación preescolar *La Famille Blaireau-Renard* de **Mediatoon**.

‘Estamos produciendo varios originales en África, donde el talento es mejor cada año. Y no solo allí, también en Marruecos y otros territorios afro árabes. Actualmente, el género repre-

senta el 12% de nuestro lineup pero planeamos llegar al 20% en un futuro próximo, sumando coproducciones internacionales’, explicó a **PRENSARIO** el CEO de la compañía, **Yves Bigot**.

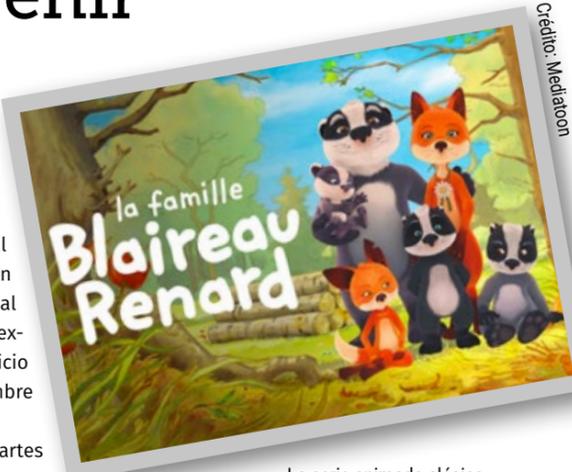
Luego, se refirió a la expansión global del Grupo y remarcó que atraviesa un momento global ‘crucial’ mientras que ‘al navegar por la pandemia nos hemos expandido hacia el streaming con el servicio **TV5MONDEplus**, que se lanzó en septiembre de 2020.

TV5MONDEplus se ofrece en todas partes de USA y se incluye con una suscripción a **TV5MONDE**; también se distribuye como **AVOD** en otras latitudes, proporcionando más de 6.000 horas de contenido para 16 millones de personas en todo el mundo y se ofrece a los suscriptores en hasta 5 idiomas subtítulos. Tenemos películas, series de TV, documentales, programas de estilo de vida, animación, formatos web y programas icónicos (conferencias francesas del Museo de Historia Natural), agregó **Bigot**.

Tras MIPTV, la compañía anunció una asociación estratégica con **Netgem Group** para lanzar **TV5MONDEplus** en UK e Irlanda a través de más de 15 proveedores de banda ancha de fibra ultrarrápida (PC, Android, iOS, Samsung, Amazon Fire stick y Chromecast). El contenido incluye series con récord de audiencia en sus países, como la canadiense *Unité 9*, la suiza *Helvetica*, la francesa *Meurtres à...*, la belga *Ennemi Public* o el thriller político senegalés-nigeriano *Wara*, películas de todos los géneros incluyendo acción, comedia y drama, documentales, conciertos, programas infantiles, revistas y podcasts.

Bigot enfatizó sobre la estrategia de transmisión: ‘Estamos aprendiendo mientras caminamos. Aunque hay tantos modelos de negocios diferentes, nos estamos enfocando principalmente en **AVOD** pero siempre analizando nuevas opciones que puedan agregar valor a nuestra programación’.

Toda la programación disponible en sus siete servicios debe ser hablada en francés. La estrategia de contenidos se divide en tres: primero, las mejores ofertas de cadenas francesas como **France Télévisions**, **ARTE**, **RTS** (Suiza) y **RTBF** (Bélgica); segundo, producciones



Credito: Mediatoon

La serie animada clásica para preescolares: *La Famille Blaireau-Renard*

propias, incluyendo noticias, documentales, programación de estilo de vida y contenido producido en África: cine, series de televisión, documentos, revistas, espectáculos, animación; y tercero, adquisiciones de los mismos géneros.

‘Estamos ampliando nuestra lista de producción en África, trayendo más contenido, como la serie dramática *Wara*, filmada en Senegal pero que incluye talento de la región panafricana. O *Timbuktu*, nominada a los Oscar (2014). Cada año, tenemos al menos una nueva película nominada para el Festival de Cine de Cannes’, subrayó **Bigot**.

Anualmente, **TV5MONDE** genera 4-5 películas más 20 series de televisión nuevas y recurrentes al año, producidas en Senegal, Costa de Marfil, América Central y territorios del Océano Índico. ‘Intentamos tener un nuevo espectáculo de cada uno de estos países de habla francesa. La estrategia de programación de estos contenidos difiere según el territorio: si es gratuita o paga como **TV5MONDE USA**’, comentó el ejecutivo.

Para concluir, **Bigot** resaltó que la compañía no está pensando en lanzar nuevos servicios en este momento, pero siempre hay nuevas ideas en camino: ‘La última red que lanzamos fue en 2017, **TV5MONDE Style**, que ahora está disponible en USA, países árabes y africanos. y expandiéndose rápidamente en el sudeste asiático. Nuestra oferta incluye viajes, documentos y animación. Siempre estamos abiertos a nuevas oportunidades’.



Yves Bigot, director general del Grupo TV5MONDE



Helping kids enjoy their childhood
Contact us: info@peekabooanimation.com / www.peekabooanimation.com



Tenerife, Annecy y Miami: la animación global más relevante que nunca



Prensario Kids & Teens presenta esta edición triple de mitad de año, que cubre tres eventos estratégicos del negocio de contenidos infantojuveniles: Premios Quirino de la Animación Iberoamericana (Tenerife – España, Mayo 12-14); Festival de Annecy-MIFA (Annecy – Francia, Junio 13-18); y Kidscreen Summit (Miami – USA, Julio 18-21).

Los Premios Quirino de la Animación, que por segundo año se realizan en San Cristóbal de La Laguna, Tenerife, son el reflejo de una evolución importante del mercado iberoamericano. Hay 19 obras de 12 países en competencia (44 horas): seis cada uno de Brasil, Chile y México, seguido de España con cinco; Argentina, Perú, Colombia, Uruguay, Ecuador, Portugal y, por primera vez, de República Dominicana y Venezuela.

‘La animación iberoamericana ha experimentado un notable crecimiento en los últimos cinco años. Y están siendo reconocidas a



nivel internacional en Annecy o Premios Oscar, por lo que resultan cada vez más atractivas para agentes de ventas y distribuidores de todo el mundo’, destacó **José Luis Farias**, director del evento que además cuenta con un Foro de Coproducción y Negocio que el año pasado albergó 700 reuniones.

Quirino albergará también 41ª Reunión Ordinaria de la **Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica** (CAACI) y la 20ª Reunión Extraordinaria del Consejo Intergubernamental de **Ibermedia**. ‘Es una gran responsabilidad y honor organizarlos. Es una oportunidad única para poner foco y alumbrar al sector de cara a las autoridades. Esperamos que estos eventos signifiquen un antes y un después en la colaboración público-privada en la animación iberoamericana’, concluyó **Farias**.

El circuito sigue con Annecy Festival y su mercado dedicado MIFA, que celebra su 60 aniversario con Suiza como País en Foco. En la Selección Oficial, hay 38 títulos, mientras que en las secciones Off-Limits y Perspectives y público infantil anunció 8, 17 y 9 obras, respectivamente.

Mickaël Marin, Director of CITIA/Annecy, dijo: ‘Nuestro objetivo, que motiva nuestras decisiones y trabajo en los próximos meses, es preparar el Festival en el lugar lo más cerca posible de cómo era antes de 2020. Tenemos un enfoque optimista y estamos ansiosos por darle la bienvenida en Annecy. Desde el 13 queremos celebrar la diversidad y riqueza que el cine de animación nos ofrece a todos’.

Finalmente, julio fue el mes elegido por

Kidscreen Summit para su regreso en persona. **Jocelyn Christie**, VP Publisher de **Kidscreen**, explicó: ‘Tras la cancelación del encuentro en febrero por el crecimiento de la variante Omicron, decidimos desdoblar el encuentro en dos: primero, el virtual de marzo, y luego el presencial en el InterContinental de Miami en julio. La estrategia fue reprogramar el evento físico sin afectar el virtual, que ofreció una semana completa de paneles, presentaciones, Q&As y versiones adaptadas de algunos de nuestros formatos exclusivos de networking’.

Los niños en el centro

No son pocas las consultoras que vaticinan un gran despliegue de la animación y los contenidos infanto-juveniles en el corto y mediano plazo. Hay dos razones: una mayor oferta, más diversa y de distintos orígenes; y mayor demanda con una audiencia creciente que tiene acceso a más plataformas y un contenido animado que se extiende a targets adolescentes y adultos, que es una de las grandes tendencias que se reflejarán en Tenerife, Annecy-MIFA y Kidscreen.

El Foro de Coproducción y Negocio de Tenerife cuenta con **Adult Swim** (ver reportaje en esta edición) entre sus buyers, y en la Selección Oficial de Annecy hay varios proyectos de este tipo como la segunda temporada de la serie futurista **Riot Games** y **Netflix Arcane** ‘When These Walls Come Tumbling Down’ (9x’42).

Statista confirmó que entre 2020 y 2021, se incrementó en 5 puntos el share de niños estadounidenses que tienen un Smartphone:



José Luis Farias, director Premios Quirino de la Animación Iberoamericana:

‘La animación iberoamericana ha experimentado un notable crecimiento en los últimos cinco años, siendo reconocidas a nivel internacional en Annecy o Premios Oscar’



Mickaël Marin, Director, CITIA/Annecy:

‘Nuestro objetivo, que motiva nuestras decisiones y trabajo en los próximos meses, es preparar el Festival en el lugar lo más cerca posible de cómo era antes de 2020’.



Jocelyn Christie, VP Publisher de Kidscreen:

‘Reprogramamos el evento físico sin afectar el virtual, que ofreció en marzo una semana completa de paneles, presentaciones, Q&As y versiones adaptadas de algunos de nuestros formatos exclusivos de networking’.



La segunda temporada de la serie de Riot Games y Netflix Arcane ‘When These Walls Come Tumbling Down’: la animación para adultos es la gran tendencia de los últimos años

39%. La británica **OFCOM** reportó que ‘se disparó’ la cifra de niños que ven más contenidos en plataformas VOD que en TV abierta: ‘Casi todos los niños consultados (96%) vieron cualquier tipo de VOD versus un poco más de la mitad (56%) que veían televisión en vivo’.

Jonathan Watson, Chief Product Officer, **The Insights Family** sostuvo en durante MIPTV que muchos OTTs y productoras han encontrado ‘una mina de oro’ en el desarrollo de contenidos para el segmento infantil en distintos formatos. ‘Los realizadores ya están pensando en nuevas narrativas de shows para niños y preadolescentes. Los ejes de temas en la actualidad son almas sensibles, explorador curioso, o personajes que aprendan de sus errores. Sumado a ello, estamos viendo más representación racial y cultural en la TV; mucho más que antes’, subrayó.

Tendencias

Otra de las tendencias más claras este año está ligada a los ejes narrativos que tendrán los contenidos para el segmento. **Anu Sikka**, Content Creation, Channel Strategy & Research en **Viacom18**, sostuvo que el contenido que desarrollan, está orientado a las emociones de los niños: ‘Creemos que es muy importante mostrar que nuestros niños tienen emociones positivas, como también negativas, y que está bien que sucedan. Asimismo, estamos potenciando contenido corto y dinámico para OTTs y YouTube’.

Watson agregó: ‘Los creadores están ampliando la gama de emociones y temas que pueden tratar dentro de las narrativas infantiles. Hoy en día los niños son curiosos, aman la innovación y están emocionalmente motivados’.

Parrot Analytics reportó que entre el 1 de enero y el 25 de mayo de 2021 la demanda de

programación infantil con protagonistas de asiáticos-americanos e isleños del Pacífico (AAPI) experimentó un crecimiento del 9% en popularidad en comparación con el mismo período del año anterior.

Y **Virginia Mouseler** CEO de **The Wit**, destacó en su última sesión de ‘Fresh TV Kids’ de MIPTV que los contenidos de temática cultural y con fuerte presencia asiática está generando interés en varios mercados. ‘Los creadores están entendiendo a los niños. Cadenas como **Nickelodeon** India dedican gran cantidad de su programación a representación local y esto están encantando a los niños’, explicó.

Ya hay grandes estudios que se han sumado a la representación de distintas regiones en sus contenidos: la película de **Marvel/Disney Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings** o **Encanto**, basada en la cultura colombiana; **Netflix** encargó nuevos proyectos animados con creadores asiáticos-americanos; también **Sesame Street** presentó su primer personaje asiático-americano, Ji-Young; o **CBC Kids**, que está desarrollando **Gangnam Project** de **Pillango Productions**, una historia de inmigrantes de primera generación ambientada en el contexto de una escuela de K-Pop.

Animación y real-time

Las producciones animadas en tiempo real son un resultado directo de la dimensión de crecimiento de la industria del videojuego y sus motores de juego. **Epic Games** es una de las empresas claves en este segmento. La compañía responsable de **Fortnite**, realiza desde 2019 el **Epic MegaGrant**, un programa de USD 100 millones que busca apoyar a empresas que realizan trabajos en el mundo del desarrollo de animación y renderizado en tiempo real.

Entre las que recibieron fondos están **Cy-**

ber Group Studios (Francia); **One Animation**; **Lil Critter Workshop** y **Scribble Studios**, ambos de Malasia; **Squeeze** y **Digital Dimension** de Canadá; **HYPE Animation** (Brasil) y **Engine House** (UK).

Hay también un regreso de series sobre bandas de chicos o grupos de chicas. Si bien los shows sobre chicos adolescentes estuvieron muy presentes en la TV en los 90, **The Wit** aseguró que será una temática que liderará la TV en 2022.

Nickelodeon presentó recientemente al grupo femenino de pop/R&B **Good Newz Girls** en el mercado con su EP de debut con temas navideños; también **CBBC** renovó para una tercera temporada su **dramedy** musical juvenil **Almost Never**, y **Disney Channel** anunció que adquirió la serie para su transmisión en USA.

Finalmente, **Sony Pictures Animation** está desarrollando K-Pop: **Demon Hunters**, una película musical de acción y aventuras sobre un grupo de chicas K-Pop cuyos miembros deben equilibrar la vida en el centro de atención con su identidad secreta como cazadores de demonios.



Grandes estudios suman representación de distintos orígenes en sus shows, como el caso de **Sesame Street** que presentó su primer personaje asiático-americano, Ji-Young



La serie de TV **Dos Pajaritos**, coproducción Palermo Estudio (Uruguay), Can Can Club (Argentina) y Señal Colombia, está nominada a los Premios Quirino y es parte también de la Selección Oficial de Annecy



Escuela+: educativo, diverso y multiplataforma



Fernando Collazo, director de contenidos, y Karina Wroblewski, productora ejecutiva, Ponchosauer

Ponchosauer, productora argentina con casi una década de experiencia, se encarga desde hace seis años de la curaduría y gestión de contenidos de **Escuela+**, un programa educativo del área de responsabilidad social que **DirectTV** emite en América Latina y en Brasil, a través de **SKY**.

Este año, desarrolló y produjo la serie original *Acción*, que es finalista Prix Jeunesse 2022 de Alemania. Estrenada en marzo, ofrece conceptos narrativos y cinematográficos de forma lúdica y didáctica para que niños, niñas y jóvenes puedan armar su propio relato audiovisual con su teléfono celular. La productora ya tiene en marcha una segunda serie: *Cuenta Cuentos*, de 10 episodios, que se producirá en portugués.

Escuela+ ofrece contenidos educativos para audiencias de 7-11, tweens, teens más familias. Es un programa solidario que, desde hace 13 años, brinda conectividad y ofrece de manera gratuita todos sus materiales a escuelas rurales de América del Sur. Por su rol, es un elemento clave de la estrategia de contenidos del operador, propiedad del **Grupo Werthein** desde 2021.

Fernando Collazo, socio de **Ponchosauer** y productor ejecutivo, y **Karina Wroblewski**, directora de contenidos: '**Escuela+** es novedoso por ser un programa educativo regional y porque dialoga de manera dinámica con sectores públicos y privados para el desarrollo de materiales y para encontrar vías alternativas de distribución de contenidos educativos en toda la región'.

Wroblewski: 'Sus contenidos incentivan la curiosidad y el aprendizaje y están acompañados por fichas pedagógicas para docentes y familia. A los primeros, les brinda sugerencias para trabajar contenidos curriculares en el aula, y a los segundos les propone ideas para acompañar el proceso desde sus casas y generar conversación'.

'Los contenidos combinan tecnología y educación, dos áreas claves en la post-pandemia. **Escuela+** no es un canal de TV sino un programa educativo que a través de un sistema multimedia distribuye estos contenidos adquiridos (60% producidos en Europa y LATAM) y propios (40%) a un diverso grupo de audiencias. Un 60% de la grilla es live action y un 40% animación', concluyeron **Collazo** y **Wroblewski**.

ESCUELA+ EN NÚMEROS

- 9800 escuelas conectadas
- 80% escuelas rurales
- 15.000 docentes capacitados en 9 países
- 2 millones de alumnos beneficiados
- 7 millones de usuarios de DirecTV con acceso a Escuela+



Nelvana: cómo evolucionar sin perder la esencia

Propiedad de **Corus Entertainment** (Canadá), **Nelvana** es uno de los principales creadores de contenido infantil y juvenil del mundo. **Athena Georgaklis**, head of development, destacó: 'Tenemos seis personas en desarrollo dentro de un equipo de 300 en el estudio de Toronto. Recibimos alrededor de 500 proyectos al año de los cuales 7-10 van en desarrollo y tres llegan a la pantalla. Siempre estamos abiertos a trabajar con nuevos talentos y recibir proyectos de todo el mundo'.

'Tomamos cada idea y juntamos al mejor equipo para que funcione. Esa es nuestra tarea principal. Generamos animación, especialmente preescolar (6-11), y acción en vivo (8-12), donde estamos poniendo más énfasis. Además, Corus es dueña de una editorial de libros, **Kids Can Press**, de la cual tomamos muchas ideas para adaptaciones a series, películas y especiales', continuó.

En animación, la coproducción es 'clave', según la ejecutiva. **Nelvana** ha establecido muchas asociaciones a lo largo de los años y siempre está buscando más socios con los que colaborar, además de trabajar con los principales canales para niños propiedad de **Corus** en Canadá. 'Somos el estudio de **Treehouse**, **TELETOON** y **YTV** y, por lo tanto, desarrollamos para estas redes ante todo. El preescolar es nuestra mayor prioridad y seguirá siendo nuestro enfoque principal', dijo **Georgaklis**.

Y continuó: 'Entre nuestros desarrollos, el 50% es animación preescolar y el otro 50% se divide en tres subgéneros: 6-11, teen/tweens y animación para adultos. Entre los principales casos de éxito, están el live action *The Hardy Boys* y una nueva serie animada actualmente en desarrollo basada en el cortometraje *The Most Magnificent Thing*, que está basado en el libro más vendido de Kids Can Press. *The Dog & Pony Show* o *Agent Binky: Pets of the Universe* son dos buenos casos, además de *Franklin* y *Max & Ruby*'.

'Llegar a los niños es siempre la principal prioridad, y buscamos contenido que tenga un alto potencial de licencia. Es un mercado muy competitivo, por lo que el contenido debe ser original, significativo y tener un mensaje. La animación para adultos es punto importante de crecimiento y evolución. Trabajamos en 1-2 proyectos para **Adult Swim Canada** (ver reportaje en esta edición). Es un género en expansión y estamos muy orgullosos de él porque nos permite diversificarnos aún más', concluyó **Georgaklis**.



Athena Georgaklis, head of Development

nelvana



Max & Ruby, la animación de niños en edad preescolar está en la cima

KING SHAKIR

MEET TURKEY'S MOST POPULAR KIDS BRAND



200 Episodes

3 Feature Films

2 TV Movies

Highest rated show on Cartoon Network Turkey

Best-selling book title

Best-selling licensed merchandise

All time box office record on animation in 2019

For more information please contact
nazli@grafi2000.com / www.grafi2000productions.com

Grafi
2000

Sesame: aprendizaje, inclusión y diversión

Whit Higgins, SVP, medios y educación internacionales y distribución global, **Sesame Workshop**, destacó las nuevas producciones para los próximos años: de **Guru Studios**,

destaca la nueva serie preescolar 3D *Sesame Street Mecha Builders*, que trae a Elmo, Cookie Monster y Abby Cadabby como héroes robots que usan superpoderes para resolver problemas extravagantes, y *Bea's Block* que presenta un nuevo mundo donde los personajes de bloques de madera dan vueltas, se apilan y ruedan a través de aventuras llenas de bondad. Estos títulos se lanzarán en 2022 y principios de 2023.

Y también la adaptación del clásico de **E.B White**, *Charlotte's Web* como una miniserie animada de eventos: la primera de lo que planeamos que sea una serie de propiedades animadas basadas en libros. 'Además tenemos una nueva colección de formatos animados producidos con apoyo de **Fundación LEGO**, *Play to Learn*, diseñados para involucrar niños en edad preescolar con contenido lúdico de aprendizaje temprano: *Big Feelings Explorers*, *Math Adventures*, *Let's Find Out* y *Caring Friends' Circle*', añadió **Higgins**.

Sesame Workshop está invirtiendo en más contenido corto: *Coming Together DE&I* trae una serie de videos de "Palabra del día" a través de los Muppets y amigos famosos para el canal de **YouTube**: **Amanda Gorman**, **Samuel L. Jackson**, **Gabrielle Union** y **Brett Goldstein**.

Higgins finalizó: 'En Japón, tendremos eventos especiales en escuelas y centros de salud, parques temáticos, apps y ahora también en TV con **U-NEXT**. En Alemania, celebraremos en 2023 con *Sesamstrasse*, coproducción con **NDR**: eventos especiales, contenido al aire y colaboraciones con **NDR**, **KiKa** y nuestro socio **Studio100**. Nos expandimos en territorios clave, incluidos **ABC**, **Netflix** y **STAN** en Australia; **WarnerMedia** y **TV Azteca** en América Latina; **TinyPop** en UK; **Treehouse** y **Crave** en Canadá; y **Tencent** en China, entre otros'.



Whit Higgins, SVP, medios y educación internacionales y distribución global, Sesame Workshop



Nueva serie preescolar 3D Sesame Street Mecha Builders

Mondo TV Studios: animación con un mensaje

Mondo TV Studios está en un momento de ampliación de sus líneas de negocio, entre los que se destaca el segmento de videojuegos con **Sony Interactive Entertainment España** y **Gammera Nest**, socios en el título inspirado en *MeteoHeroes*, serie disponible en 145 países.

'Se ha lanzado a finales de febrero en formato digital para todo el mundo y llegará para Navidades a las tiendas físicas en Italia y España. Además, sellamos un acuerdo para la distribución en exclusiva de *MeteoHeroes* (serie y videojuego) en USA y Canadá con **Kenn Viselman** de **itsy bitsy Entertainment**', inició **María Bonaria Fois**, CEO.

MeteoHeroes se ha estrenado en **PBS** con un especial en ocasión del "Día de la Tierra", al que seguirá un estreno oficial a finales del verano junto con una serie complementaria, *Real Superheroes don't wear capes*, cuya producción ejecutiva es del mismo Viselman.

Mondo TV Studios promueve además *Annie&Carola* (52x11') de **Myriam Ballesteros**, una comedia 2D con episodios auto conclusivos coproducida con **Mondo TV S.p.A**, **MB Producciones**, **RTVE** y con colaboración de **RAI Ragazzi**, que confirmó la pre-compra de los primeros 26 episodios. 'Es un proyecto 360, y ya tenemos una estrategia transmedia para implementar', adelantó la ejecutiva.

Sobre Tenerife, añadió: 'Es el centro de producción de animación de referencia en España y de los más importantes en Europa, gracias también a la condición muy favorable de tasación. Fuimos de los primeros en y testigos en los últimos seis años de sus capacidades productivas. Nuestro centro de operaciones es en Canarias, pero la mirada es internacional'.

Y concluyó: 'En 2021 tuvimos récord de facturación, aumentamos nuestra capacidad de servicios y sumamos proyectos como *Letrabots* (**Cicaboom** y **Mondo TV S.p.A**) o *One Love* (**Mondo TV S.p.A** y **T-Rex Digimation**). Cerramos un acuerdo para llevar una serie de la **RAI** al mercado internacional, y seguimos apostando a los videojuegos con más títulos inspirados en nuestras series, combinando educación y diversión con un mensaje'.



María Bonaria Fois, CEO



MeteoHeroes, propiedad 360 con el videojuego como la novedad más reciente

Superights lanzó Go! Go! Cory Carson

Superights (Francia) adquirió los derechos internacionales de distribución de la serie animada ganadora del premio Emmy al líder mundial en productos electrónicos de aprendizaje para niños, **VTech**.

Go! Go! Cory Carson es una serie preescolar basada en *Go! Go! Smart Wheels*, la línea de vehículos de juguete y juegos electrónicos más vendida que se emitió originalmente en **Netflix** en su primera ventana mundial. La serie ganó tres premios Emmy en 2021. Con este acuerdo, la distribuidora francesa maneja todos los derechos de transmisión lineal en todo el mundo excepto en China.

La serie de 84 episodios incluye episodios de 63x7', com-

plementados con una colección de cortos de 16x3'30, tres especiales de temporada centrados en Navidad, Halloween y Verano de 22 minutos, y una mini película de 42 minutos. **Kuku Studios** (Berkeley) fundado por antiguos talentos ganadores de premios Pixar (Alex Woo, Stanley Moore, Tim Hahn), produjo la serie, mientras que **Superprod Studio** se encargó de toda la producción CGI.

Nathalie Pinguet, directora general adjunta de Superights: 'Es un espectáculo encantador y debo decir que su narración alcanza un nivel emocional que calienta los corazones de los niños y los padres. También se enfoca en temas y valores como la perseverancia, la familia, el trabajo duro y el cuidado de los demás de una manera ligera y profunda'.



Go! Go! Cory Carson

JOSÉ COMELON

HAS CONQUERED OVER 40 MILLION FAMILIES IN 35 COUNTRIES, AND NOW, WILL BE AVAILABLE IN ARABIC, FRENCH, INDONESIAN AND HINDI.



All rights reserved: Totoy kids
American Edutainment company, specialized in story telling.
For any enquiry contact: contact@totoy.tech

Toonz: nuevo lineup de animaciones 8+



Bruno Zarka, presidente de distribución, y Marijo Arnaiz, ventas para Europa del Sur y América Latina, Toonz Distribution

Toonz Distribution está reforzando su catálogo de distribución y preventa, donde sobresalen los contenidos animados de comedia para targets 8+. **Bruno Zarka**, presidente de distribución, y **Marijo Arnaiz**, a cargo de las ventas en Europa del Sur y América Latina destacaron que la compañía está 'produciendo más y generando nuevas alianzas de coproducción'.

Y continuaron: 'El objetivo es subir el target, reforzando nuestro catálogo de títulos para preescolar con temáticas comunes a ellos, divertidos y de altísimos niveles de producción, que es la demanda que estamos percibiendo desde las pantallas internacionales'.

'Las televisoras quieren reconquistar este target, que se ha ido a las plataformas. Por eso proponemos títulos novedosos, con diseños divertidos y dinámicos de gran impacto visual', explicó **Arnaiz** y ejemplificó con sus tres nuevas comedias: las coproducciones con España, *Sunny Side Billy* (52x11) con **Clan TVE** e **Imira, Telegael and Hearst Entertainment**,

y *The Goober Troop* (52x11), co-desarrollada con **Disney España, Buzo y Telegael**, y *Kingdom of None* (52x11) con **Hearst Entertainment y Ferly** (basada en Canadá y Finlandia).

Sunny Side Billy entra en breve en producción y las preventas ya comenzaron desde MIPTV, siguiendo en Anney y Kidscreen. Mientras *The Goober Troop* finalizó el desarrollo, *Kingdom of None* terminó detalles de animación y ambos se producirán durante el verano europeo. 'Los tres proyectos se estrenarán en 2023', adelantó Zarka.

Toonz está poniendo énfasis en América Latina, donde considera que los contenidos de comedia y altas dosis de humor tienen buena recepción. 'Contenidos divertidos, rosando lo absurdo, en 2D y con personajes entrañables. Esa puede ser una fórmula ganadora y ya lo estamos viendo en la recepción de nuestros proyectos. Hay espacio para crecer y veremos hacer más en esta parte del mundo', concluyeron Zarka y Arnaiz.



Sunny Side Billy, coproducción con Clan TVE e Imira

Millimages: foco en América Latina

Millimages es una de las tradicionales productoras de animación en Francia, con más de 30 años en la industria. Es el creador de *Molang*, un éxito global que lleva seis temporadas y 9 especiales además de un fuerte desarrollo 360. La compañía busca potenciar sus nuevos IPs y crecer en América Latina.

Lucille Janvier, responsable de ventas para América Latina: 'Ser una serie no dialogada, le da a *Molang* una gran ventaja. Fue creada en 2015 y desde entonces hemos producido cinco series con la sexta en camino y 9 especiales

de TV de 7 minutos. En América Latina está en **TV Azteca** (México), **TV Cultura** (Brasil), además de **Disney Latin America**', señaló.

Sigue empujando *Pirata y Capitano*, cuya segunda temporada (52x11) se lanza a fines de este año. 'Es una serie preescolar 4-7 años que ha funcionado bien y queremos tenerla en América Latina. Además, tenemos *Spooky Wolf* (26x13) del estudio italiano **Movimenti Productions** que llegará en 2023, y *Anatane Saving the Children of Okura* (26x22), serie futurista que tiene lugar en París 2213, de **Les Films de la Perrière** en coproducción con **Tooncan** (Canadá).

Canary Island Film: los incentivos más atractivos de Europa

De cara a los Premios Quirino de la Animación Iberoamericana, **Natacha Mora**, coordinadora de **Canary Island Film**, destaca los incentivos de las Islas Canarias, los más atractivos de España y Europa, además de sus recursos y talentos que le han permitido crecer año a año en volumen de producción y atracción de inversiones.

'Tenemos 20 estudios de animación con un tamaño medio de 50 personas —algunos alcanzando 160—, que generan +650 trabajos directos. Hay también 13 estudios de videojuegos con unas 7 personas en promedio y el más grande con 45. El sector emplea a 170 personas', describió.

'Además de las ventajas fiscales, destacamos una industria local consolidada, acceso a talento local y programas formativos ad-hoc cubiertos por las instituciones, infraestructura top y calidad y costo de vida. Queremos abrir nuevos mercados con foco en Europa del Este, Rusia y Asia, y seguir mejorando los incentivos fiscales para potenciar las ventajas', agregó.

Para 2022, se incrementa la apuesta por el 45% Tax Rebate para el desarrollo de videojuegos mientras sigue empujando el 50% Tax Rebate para producciones internacionales, 50% Tax Credit para Co-Producciones, y el 4% Zona Especial Canaria (ZEC). Gracias a esta batería de incentivos, se desarrollaron *Arcane* de **Netflix**, desarrollada por **In Efecto**; *Pocoyó*, desarrollada por **KOYI**; *Cleo & Cuquín*, desarrollada por **ÁNIMA**; *Momonsters*, desarrollada por **3Doubles**; y *Treasure Trekkers*, desarrollada por **B-Water**, entre otras.

'Estamos colaborando con agentes, prescriptores y/o asociaciones, organizando misiones comerciales, webinars, agendas de negocios. Al mismo tiempo, reforzamos la colaboración con instituciones locales para una mejor gestión de los recursos y una más efectiva promoción en los mercados internacionales. Y con **ICEX España** para maximizar los proyectos de atracción de inversiones audiovisuales en el marco del **Spain Audiovisual Hub**', concluyó Mora.



Natacha Mora, coordinadora, Canary Island Film



Treasure Trekkers, desarrollada por el estudio local B-Water



Lucille Janvier, ventas para América Latina



ICAA: compromiso con la animación española

Como todos los años, el **Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA)** tendrá una presencia y apoyo destacado a la animación española durante los **Premios Quirino de la Animación Iberoamericana**, donde hay 13 producciones nominadas.



España es el segundo productor europeo y el quinto a nivel mundial con ingreso anuales por €900 millones y el 90% de su producción exportada con más de 30 acuerdos de coproducción internacional, según el "Who is Who 2022" de Animation from Spain (2022). Con 260 productores y distribuidores, la industria comprende el 4% del total de empresas audiovisuales, pero genera el 20% del empleo (8.540 profesionales, 35% es femenino). 'El crecimiento ininterrumpido de los últimos años generó numerosos puestos de trabajo altamente cualificados y de jóvenes profesionales', subrayó el informe "Resiliencia en la animación" de Quirino.

El mismo reporte indicó: 'La internacionalización se reconoce no sólo en sus talentos y en las coproducciones, cada vez más numerosas, sino también en su comercialización ya que el 70% de la facturación de las empresas españolas dedicadas a la animación proviene del exterior'.

Otro punto alto son los reconocimientos internacionales. En los Premios Oscar 2022, **Alberto Mielgo** recibió una estatuilla por el cortometraje animado *The Windshield Wiper*. En 2019, la película *Klaus* de **Sergio Pablos** estuvo nominada al Oscar a "Mejor Película de Animación", y logró siete premios Annie, entre ellos el de "Mejor Película Animada". Próximamente vendrá el largo de **Fernando Trueba**, *They shot the piano player*, mientras que el Work In Progress *Unicorn Wars* de **Alberto Vázquez** brilló en Annecy 2021.

Las producciones españolas nominadas en Quirino por "Mejor largometraje" son *D'Artacán y los tres Mosqueperros* de **Toni García Martínez** y *Valentina* de **Chelo Loureiro**; *Brave Bunnies* de **Tim Fehrenbach** por "Mejor serie de animación"; *Leopoldo el del bar* de **Diego Porral** por "Mejor cortometraje"; y *Genethic* de **L. Batlle, C. Casas, L. Cuffi, M. Salas, I. Fernández, G. Grifell, S. Ros, S. Solanes, F. Tejedor** y **J. Valdivielso** por "Mejor cortometraje de Escuela de Animación" y "Mejor diseño de animación".

También *Lágrimas de dragón* de **Íñigo Álvarez** y **Antonio García Tardón** y *Las moscas solo viven un día* de **Mauro Luis López** ambos por "Mejor cortometraje de Escuela de Animación"; tres nominados por "Mejor Animación de Videojuegos": *Aeterna Noctis* de **Aeternum Game Studios**; *Mirlo: Above the Sun* de **Digipen Institute of Technology Europe Bilbao**; y *Narita Boy* de **Studio Koba**; *Flash* de **Bruno Simões** por "Mejor animación Iberoamericana de Encargo"; *Nacer* de **Roberto Valle** por "Mejor diseño de animación"; y *The Monkey* de **Xosé Zapata** y **Lorenzo Degl'innocenti** por "Mejor diseño de sonido y música original".

LA INDUSTRIA ESPAÑOLA DE LA ANIMACIÓN EN NÚMEROS

- Número de compañías (productoras y distribuidoras): 260
- Mayor número de empleos directos (8.540) e indirectos (21.000)
- Nuevas producciones cada año: series (16), cortometrajes (52) y films (6)
- Producción de películas (últimos 4 años): +25
- Producción de cortometrajes (últimos 4 años): +200
- Producción de series de TV (últimos 4 años): +70
- Número de coproducciones nacionales: 90%
- Número de coproducciones internacionales: 70%
- Principales coproductores/canales nacionales: TVE, TV3, A Punt
- Principales regiones coproductoras: Europa e Iberoamérica
- Ingresos anuales: €900 millones
- Producción exportada: 90%
- Acuerdos internacionales de coproducción: +30

cado un acuerdo de distribución con **Pick One Media** de **Mariana Fernández** para América Latina, mientras estamos construyendo estrategias para Rusia e India', explicó Varol Yasaroglu, co-fundador.

'Nuestra narrativa puede atraer a cualquier niño del mundo. Por lo tanto, **Kidscreen Summit Virtual** y **MIPTV** son shows esenciales para nuestra estrategia. Tenemos grandes expectativas, especialmente para compensar el tiempo que hemos perdido con la pandemia', completó el ejecutivo.

El estudio turco acaba de lanzar una nueva IP: *A Super Team* (26x11) que muestra la forma más divertida y aventurera de contar las cuestiones medioambientales. Se dirige principalmente a 7-9 y también llega a preescolar / familia, al tiempo que impulsa sus productos con licencia.



Varol Yasaroglu, co-fundador, Grafi2000

GoldBee: +40% de crecimiento en América Latina



Christophe Goldberger, CEO

Más allá de la pandemia, los últimos dos años han sido muy buenos para la distribuidora independiente de contenido infanto-juvenil liderada por **Christophe Goldberger**, CEO. En 2021 ha crecido un 40% en la región latinoamericana, la marca más grande desde su lanzamiento.

GoldBee tiene contenido animado y live action de varias distribuidoras internacionales y en la región es el representante exclusivo del contenido Junior de **ZDF Studios** (Alemania). 'América Latina fue siempre un territorio complejo pero en los últimos dos años los acuerdos han crecido significativamente', explicó **Christophe Goldberger**, CEO.



Disney+ estrenó en marzo Heirs of the Night de ZDF Studios



La serie animada Henrietta para Gloobinho

'Hemos cerrado deals con **Disney+** como *Heirs of the Night* de **ZDF Studios**, una super-producción juvenil familiar que permite co-viewing, que se estrenó el pasado mes de marzo. Y con **Grupo Globo** (canal + OTT) un paquete de programas de más de 225 horas, incluyendo grandes marcas como *Escuela de Rugidos*, *El libro de la Selva*, *Las nuevas aventuras de Peter Pan*, *Athena*, *Las sirenas de Mako*, *Dance Academy*, y recientemente con la animación *Space Nova* y *Captain Flinn and the Pirate Dinosaur* para **GloboPlay**, y *Henrietta* para **Gloobinho**, un récord para nuestra compañía', añadió.

También cerramos un acuerdo con **América Móvil** para programas de ficción, con *Las Sirenas de Mako* y *WolfBlood*. En Canal 11 de México se han emitido las dos primeras temporadas de la nueva producción de *La bruja desastrosa* y la primera temporada de *El Maestro Torbellino* por mencionar algunos ejemplos exitosos. Y **WarnerMedia** ha comprado más de 75 horas de nuestro line-up de ficción, incluyendo *Athena*, el animado *H20 Mermaid Adventures* y *WolfBlood*, entre otros. 'Lo mejor de la región ha sido que aparecen nuevos jugadores permanentemente, lo que nos da nuevas oportunidades', concluyó Goldberger.

Sinking Ship: Dino Dana estrenará en Youku China

Bomanbridge Media (Singapur) licenció las temporadas 1 y 2 de esta serie de aventuras sobre dinosaurios de **Sinking Ship Entertainment** (Canadá) a **Youku** (China), que la emitirá a fines de este año.

Kate Sanagan, directora de ventas y distribución de **Sinking Ship Entertainment**: 'Estamos encantados de que **Youku** traiga a *Dino Dana* a China para difundir la alegría de la educación y la curiosidad. La expansión de la serie a tantos mercados distintos es un claro reflejo de la alta calidad del programa y su amor genuino y universal por el aprendizaje'.

Sonia Fleck, CEO de Bomanbridge Media: Las series de acción en vivo pueden ser un género difícil de ubicar en China, pero con nuestro enfoque cuidadoso sobre los excelentes estándares de doblaje y la garantía

Peekaboo: grandes novedades para Iberoamérica



Iván Agenjo, CEO y productor ejecutivo, Peekaboo Animation

Peekaboo Animation (España) presenta diferentes novedades en su catálogo de distribución para las Américas en 2022. Además de su serie estrella *Yo, Elvis Riboldi* (52x11'), nominada a mejor serie de animación iberoamericana el año pasado y emitida por **Cartoon Network** en la región, la novedad de catálogo es *Mironins* (26x7'), serie preescolar sin diálogos sobre tres gotas de pintura que cobran vida en un museo.

'Con la segunda temporada en preproducción, pretendo acercar a los niños al mundo del arte y de los museos desde un punto de vista lúdico y divertido. Se estrenó con éxito en España en varios canales: **Clan**, **Super3** y **À Pun**, así como **TFOU MAX** (Francia). Además, la recopilación en versión largometraje estuvo nominada a mejor película de animación en los 36º Premios Goya y ganó el premio Gaudí a mejor largometraje de animación', explicó **Iván Agenjo**, CEO y productor ejecutivo de la compañía.



Mironins, serie preescolar sin diálogos sobre tres gotas de pintura que cobran vida en un museo

La compañía ha firmado también un acuerdo de colaboración con la distribuidora **Kids First** (Francia) para añadir a su catálogo de distribución para la región de habla hispana y portuguesa tres series de comedia para el target infantil: *Rocky Kwaterner* (52x12'), Peekaboo con **Mondo TV France** y **Monello**, *Nate Is Late* (104x11', emitida en cuatro continentes) y *Best Bugs Forever* (52x11', producida para **Disney Channel Europa**).

Actualmente, está cerrando financiación del proyecto *Mis Pequeños Héroes* (52x7'), la adaptación al audiovisual de la colección de biografías infantiles del mismo título publicadas por **Shackleton Books** y donde **Peekaboo** ha coordinado las ilustraciones. 'El proyecto fue seleccionado por **RTVE** y se está cerrando la coproducción con países europeos', añadió **Agenjo**.

En su pipeline de nuevos proyectos, la compañía española cuenta con otros títulos en fases más tempranas de desarrollo: la sitcom *Home Villa Tours*, idea original de **Irene Chica** de **Wackamola**, la serie de aventura y misterio *Best Friends Forever Stranded*, creada por **José Balbuena**, o *Babalú*, una serie híbrida preescolar creada por **Bea Segura** y **Emily Paine**.

de la serie para ofrecer un gran guion, desarrollo de personajes y CGI de primer nivel, fue una elección clara en el intento del transmisor de diversificar la oferta para niños y familias'.

Dino Dana, ganadora del premio Emmy, sigue a una niña de 10 años a la que le encantan los dinosaurios. Ha asegurado socios de transmisión adicionales en América Latina, incluido **Canal Once** en México, así como **Señal Colombia** y **Canal Capital** en Colombia.



The magical Garden of 13th Street



A Super Team



Compradores globales en Kidscreen Summit: ¿hacia dónde va el negocio?



Más de una docena de ejecutivos clave de las áreas de adquisiciones, programación y producción destacan en este reporte especial sus necesidades de contenidos, objetivos y tendencias en sus mercados locales y regionales.



Clara Carpinacci, Head of Content Strategy en **The Walt Disney Company Latin America**:

'Mientras que para Disney Channel tenemos una estrategia fuerte de contenido local/regional, donde nosotros figuramos como coproductores o adquirimos la IP, para Disney Junior, seguimos estrategias de USA en cuanto a contenido curado y producido en América del Norte. Manejamos distintas verticales en géneros: en Disney Channel, desarrollamos o adquirimos live action (*Soy Luna*, *Violeta*); en Disney Junior, animación interactiva que promueva la creatividad del segmento precolar; y para **Disney+** estamos buscando series, filmes y documentales que reflejen la diversidad de América Latina'.



Libbie Doherty, directora de contenido infantil de **ABC** (Australia), que opera ABC Kids (2-6 años) y ABC ME (6-12) y ABC iView (contenido lineal y exclusivo para niños):

'Ofrecemos principalmente contenido de productores independientes locales, por lo que las comisiones internacionales son raras, pero con frecuencia hacemos acuerdos cuando un productor australiano está involucrado. Para las coproducciones, Australia debe estar representada en la producción, como también en la historia. Buscamos contenido que se ajuste a seis criterios: debe ser audaz, valiente y asumir riesgos creativos; siempre debe tomar una lente inclusiva, brindando a los niños contenido en el que puedan verse a sí mismos porque crea un sentido de pertenencia en una identidad nacional'.



Sarah Muller, Head of Commissioning & Acquisitions 7+, **BBC** (UK):

'Desde la crisis del COVID, se ha mantenido una búsqueda constante de contenido con especial énfasis en el preescolar. Antes licenciábamos contenidos dos veces al año, ahora es una búsqueda permanente. Queremos animación y live action sobre todo en comedias impulsadas por personajes para el bloque de 6-9 años, así como programas animados que presenten acción y aventura para la audiencia de menores de 6 años'.



Luca Milano, head of Kids Division, **Rai** (Italia):

'RAI RAGAZZI incluye dos canales de TV gratuitos para niños y niñas: **Rai YOYO** y **RAI GULP**, con una amplia oferta en la plataforma VOD **Rai Play**. Buscamos animación, dramas infantiles, contenido de educación, docudramas, formatos de entretenimiento ligero, mientras seguimos apostando por las coproducciones, especialmente en proyectos que involucran empresas italianas con foco en preescolar, incluidos los derechos de VOD. Para las adquisiciones, el contenido europeo es una ventaja'.



Kim Berglund, VP Development, **Disney Junior** (USA):

'Siempre estoy a la caza de contenido con un poco de "Disney Magic" para niños 2-5 años. Buscamos creadores con "conexión" a los programas que presentan: historias personales, personaje dimensionales y de altos valores como la equidad y la diversidad. Queremos narrativas ricas, que incluyan aprendizaje social y emocional, música, elementos de fantasía y magia. Siempre aspiracional y que refleje el mundo y su diversidad'.



Nicole Keeb, Head Of International, Coproductions and Acquisitions, Children and Youth, **ZDF**:

'Al ser un canal público, estamos obligados a ofrecer programación de alto perfil en todos los géneros (live action, entretenimiento y documentales). El target: preescolares y niños de 6 a 12 años para **ZDF** y **KiKA**. Buscamos programas frescos, divertidos y conmovedores en apariencia y narración. Se aprecian los clásicos modernos, y shows que cubran temas relevantes en la sociedad'.



Flavio Medeiro, director de programación y adquisiciones, **Discovery Kids Latin America**:

'Buscamos series de TV de animación y de live action (11 minutos o media hora), especiales y películas (30 minutos u hora y media) dirigidas a niños y niñas de 4-8 años para las plataformas lineales y digitales. Los shows de humor con corazón funcionan bien, al igual que los programas que incorporan magia y música. Si el contenido presenta villanos o historias más complejas, siempre debe ofrecer valores o conclusiones positivas. Destacamos además las producciones originales como *Underdogs United* de **MundoLoco CGI** (Juan José Campanella) estrenada en marzo en América Latina'.



Darren Nartey, Senior Programme, Acquisitions Executive, **ITV** (UK):

'CITV tiene un tono descarado, a veces irreverente, y atrae a su audiencia de una manera no condescendiente entre pares. Las voces de los niños están en el centro y brinda oportunidades para que ellos aparezcan en el canal o interactúen con él. Queremos ideas frescas, IPs con una larga vida útil e historias impulsadas por personajes, que resuenen con los niños británicos. La diversidad y la inclusión son temas clave para nosotros y deben tenerse en cuenta en cualquier idea que se presente'.



Camille Eden, VP, Recruiting and Talent Development de **Nickelodeon** (USA):

'Creo que casos como George Floyd y como el de mucho otras personas hizo repensar los perfiles de talento dentro de las compañías de medios. Si bien los contenidos vienen trabajando la diversidad desde hace algunos años, no era lo mismo dentro de las corporaciones. Hoy puedo dar fe que esto está cambiando. Y es genial como Nickelodeon está creando un camino dentro de la inclusión de personas, no solo de color, sino de otras nacionalidades e identidades sexuales'.



Luisa Albers, Senior Editor, **Super RTL** (Alemania):

'No hay un estilo único para la animación: queremos dar una variedad de temas, personajes y valores, para que los niños se sientan identificados. Podemos resumirlo en: animación internacional y de altos valores de producción, aunque también buscamos incrementar el número de producciones locales de género neutral'.



Leslie Lee, Head of Kids Content, **Warner Bros. Discovery** (APAC):

'Nuestra reorganización responde a las necesidades del mercado para niños, a la revitalización de los canales lineales y al lanzamiento de **HBO Max** en APAC. Hemos lanzado un **Cartoon Network** totalmente renovado para Corea del Sur, Hong Kong y Taiwán que ofrece nuevos colores, shows, música y diseño. Y *Cartoonito*, lanzado a fines de 2021 en las Américas, estará disponible en 2022 en APAC'.



Verdell Walker, Head of Kids Audio Content, **Spotify**:

'Spotify Kids ofrece contenido de audio apropiado para chicos y padres. Queremos ser la plataforma de audio #1 del mundo, y una gran parte de eso es asegurarnos de que tengamos algo para todos. Los niños eran una audiencia ignorada, pero sabemos que hay mucho espacio vacío en el mundo del audio de palabras habladas para familias'.



Steven Couture, fundador de la compañía de producción y videojuegos **Epic StoryWorlds** (Canadá):

'Es el nuevo ecosistema del que todo el mundo está hablando. Lo interesante es que existe infinitas formas de vincular a los contenidos con este mundo, y los dispositivos digitales o los videojuegos son un vector perfecto para ello. En estos últimos puntos es donde tiene más sentido. El universo meta nació de los videojuegos y está viendo posibilidades más allá de estos'.



Emily Safian-Demers, editora de **Wunderman Thompson** (USA):

'Estamos viendo como las marcas están aprovechando las distintas aplicaciones dentro del universo meta para llegar y atraer a las audiencias: desde la industria textil, a través de desfiles de moda 100% digitales; artistas plásticos realizando piezas pensadas para ser observadas digitalmente; o la industria del juguete y por supuesto el video juego, la más consolidada. Creemos que en los próximos años veremos grandes aportes en este segmento y cada vez estará más inmersa en nuestras vidas, e incluso tendrán mucha relación entre sí'.

