

# ¡Lléñate de **C**uriosidad!

CuriosityStream es el premiado servicio de contenido documental donde los televidentes de todas las edades pueden alimentar sus pasiones y explorar nuevas. Vea miles de programas sobre espacio, arte, volcanes, historia, viajes, automóviles, arquitectura, océanos, y por supuesto, dinosaurios. Del creador de Discovery Channel, CuriosityStream te ayuda a explorar dónde y cuándo despierta tu curiosidad.



Para mayor información, contactar a [robert.gold@curiositystream.com](mailto:robert.gold@curiositystream.com)

ENERO 2020 | AÑO 29 | # 382

# SUPLEMENTO ESPECIAL TV PAGA

# Prensario

## Internacional

www.prensario.tv

PAY TV • OTTS • STREAMING

10<sup>TH</sup>  
ANNIVERSARY  
**NATPE MIAMI**  
JANUARY 21-23, 2020



DESTACADO  
**LOS PROTAGONISTAS DE 2019 A 2020**



AN ALTERNATIVE  
REALITY

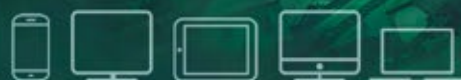
# JOINT VENTURE

NEW ORIGINAL SERIES

**HBO**  
LATIN AMERICA  
ORIGINALS



Scan me



ENJOY OUR GROUNDBREAKING CONTENT  
BY VISITING OUR SCREENING ROOM [HTTP://SCREENINGROOM.HBOLAG.COM](http://screeningroom.hbolag.com)

©2019 Home Box Office, Inc. All rights reserved. HBO® and HBO GO® trademarks are property of Home Box Office, Inc.



ironagency

Los mejores contenidos  
no solo trascienden las pantallas.  
También las fronteras.

Desde Argentina para el mundo, producimos contenidos de alta calidad  
e innovación para todas las audiencias. Cuando se piensa más allá, se llega más lejos.



Departamento de Comercialización de Contenidos:  
+5411 4370.1395 / 4339.1541

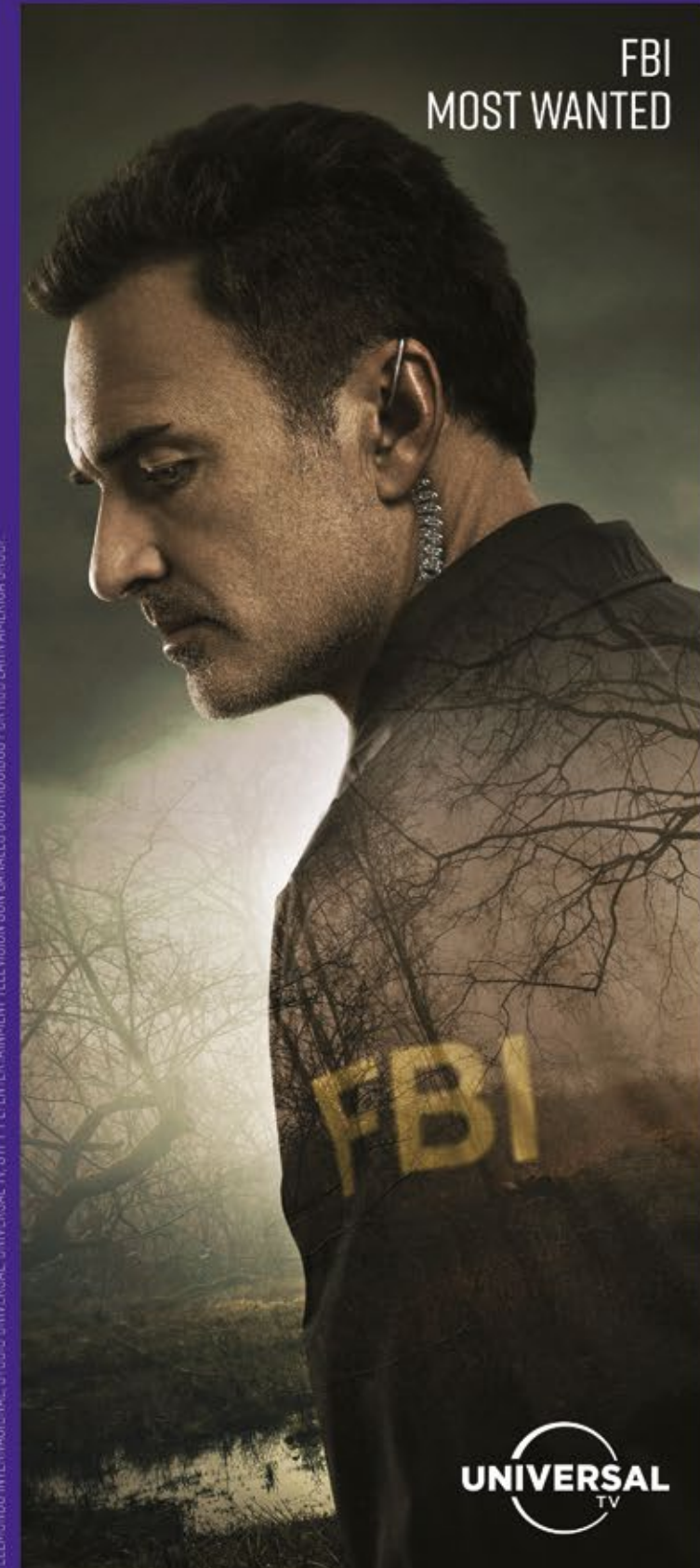
Contenidos **que conectan**



**artear**  
[www.artear.com](http://www.artear.com)



**NBCUniversal**  
INTERNATIONAL  
NETWORKS



**CONTENIDO**  
PARA TODAS LAS  
**AUDIENCIAS**





## TV paga en NATPE: OTT y el mercado que se viene

Todos los operadores clave y las señales estarán presentes

NATPE Miami 2020 volverá a concentrar al público de la industria de contenidos, la TV paga y el OTT de la mayor calidad del 21 al 23 de enero. En Pay TV, volverán a estar los operadores principales sin excepción, donde los de más recorrido serán los telcos como Claro y Movistar, que además de lanzarse en Argentina, avanzan en la compra de mayor contenido para la región.

Todos los servicios de Movistar se integraron bajo una misma marca, como había adelantado Gonzalo Arrisueño, ha incorporado IPTV y ultra banda ancha a sus servicios fijos y móviles existentes. El balance del primer año en Argentina fue positivo, con crecimiento sostenido. El grupo se enfoca en ofrecer una propuesta de contenidos completa, que incluya producciones locales, canales internacionales de deportes, noticias y entretenimientos, alquiler de películas de estreno y series originales para Latinoamérica.

Por su parte, Claro sigue sumando nuevos servicios apuntando a la convergencia de contenidos para todas las plataformas. A su plataforma de streaming Claro Video le sumó Claro Gamer, que brinda acceso a cientos de juego. También está invirtiendo en fibra óptica al hogar, mejorar la experiencia de streaming con Internet móvil y sigue sumando contenidos de calidad para sus opciones de cable y satelital. En OTT sigue integrando servicios Premium y combinando modelos de suscripción y transacción.

También sobresaldrán Daniel de Simone, de Millicom, tras la adquisición de Cable

Onda Panamá, Megacable de México con su equipo ejecutivo completo liderado por Enrique Yamuni, Telecom Argentina que ya incluyó a Netflix en su oferta de Flow, Liberty, TV Cable de Ecuador, Telecentro de Argentina, DirecTV y otros operadores grandes.

### Avance del OTT

El OTT será, sin duda, el foco de las discusiones y negociaciones en NATPE. El líder mundial en este negocio, Netflix, tendrá su propia conferencia dedicada a Latinoamérica el martes a las 11:15 am, apenas un mes después de revelar sus cifras de suscriptores e ingresos segmentados por región, donde confirmó que aquí llega a casi 30 millones de usuarios.

Además, los programadores tradicionales están destinando mucho contenido a la TV Everywhere, y poniendo a disposición sus señales lineales también en IPTV para reducir el costo en los operadores, que también reclaman skinny bundles (paquetes reducidos y económicos).

Pero los que más están yendo hacia allí,

primero en Estados Unidos y esperando fecha para Latinoamérica, son los principales programadores, mientras mantienen su oferta de TV Everywhere y VOD. ViacomCBS hará el relanzamiento de su plataforma de contenido infantil Noggin y tendrá una conferencia dedicada a Pluto TV, una aplicación de televisión gratuita (obtiene sus ingresos con la publicidad) que funciona en diferentes plataformas y



Paula Figueroa, Alexia Parodi, y Gonzalo Arrisueño, de Movistar TV



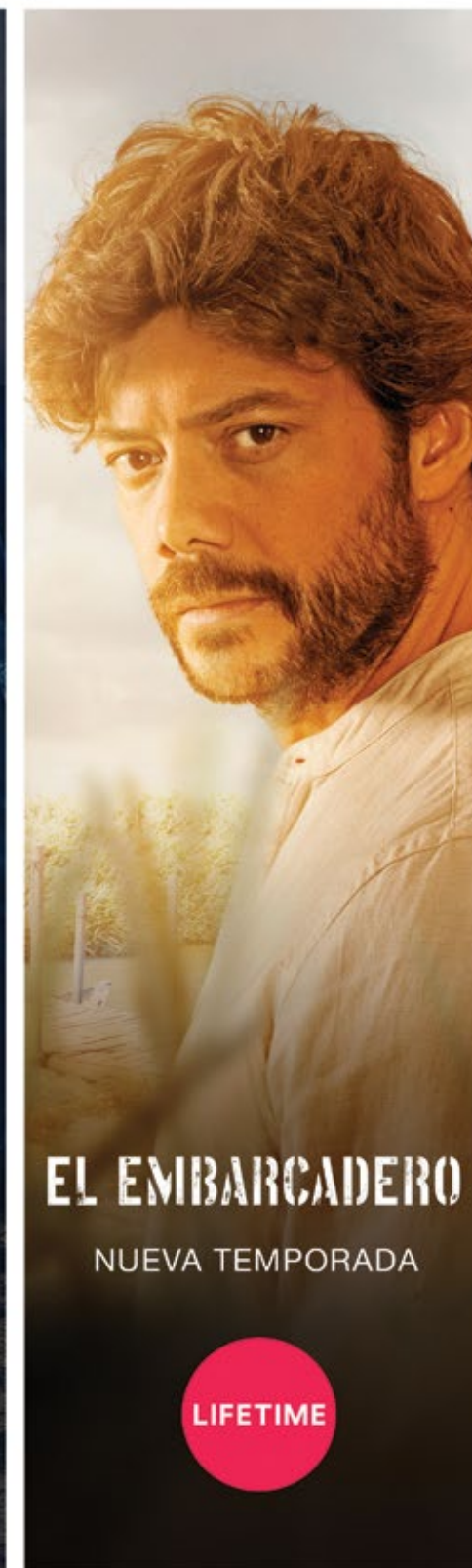
Alberto Islas, de Claro, Moises Chico, de Stingray, y Agustin Vigil de Claro



Ronald Spina y Diego Puente de TV Cable de Ecuador



Rodrigo Gómez, Raimundo Fernández, Enrique Yamuni y Gerardo Seifert, de Megacable



LAS SUPERPRODUCCIONES  
MÁS ESPECTACULARES  
ESTÁN EN

PLAY ON DEMAND

**A+E**  
NETWORKS™  
LATIN AMERICA



### TV paga en NATPE: OTT y el mercado que se viene

ofrece contenido en vivo y on demand, también disponible desde el sitio web. El servicio está disponible en Estados Unidos y se espera que este año llegue a Latinoamérica.

Televisa relanzó Blim, NBC está lanzando también el suyo y la nueva Disney que ya incluye a Fox está en plena expansión de Disney+, que ya superó los 10 millones de suscriptores en los mercados donde está disponible. Todavía no tiene fecha de lanzamiento en esta región, donde siempre está a cargo de Diego Lerner, al que elegimos como uno de los protagonistas del año.

#### La TV paga vigente

Ala par del vertiginoso crecimiento del OTT, la TV paga sigue creciendo en Latinoamérica con canales lineales, que siguen funcionando muy bien. Desde el año pasado surgió un nuevo grupo de señales que llegan a la región como Curiosity Stream, que estaría lanzando con Total Play en México. Su fundador, John Hendriks, que también participó en la creación de Discovery, participa en una de las conferencias sobre la televisión factual el martes a las 2 pm. Del lado de contenidos sobresale la de Marcos Santana, de Telemundo Global Studios y junto

con eso, se esperan fiestas tradicionales del evento como la de ViacomCBS, ya un clásico con artistas mainstream, y seguramente repetirá Televisa que volvió el año pasado. También se destaca la habitual de BBC y del lado latino el cóctel en crecimiento de Condista con todos sus representados en Estados Unidos y Latinoamérica.



Nela Pavlouskova y Azulay Anzola, de MyZen TV



Carlos Cabrera, de Cisneros, Daniel de Simone, de Millicom, y Marcelo Bresca, de Frida



Chris Davies, de BBC, y Miguel Torres-Bohl, de Castalia



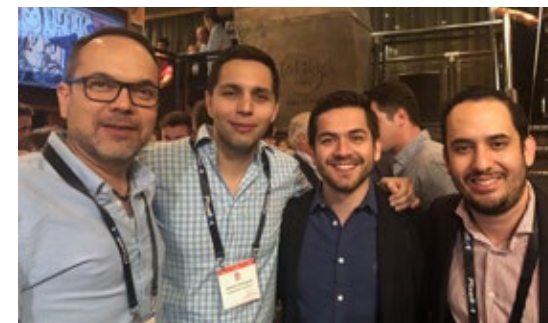
El equipo de Turner, en NATPE 2019



Joel Barradas, de HBO, Sebastián Pierrri, de Telecentro Argentina, y Tony Salanova, de IVC



Jorge Alberto Fiterre, Jorge E. Fiterre y Willie Hernández, de Condista



El equipo de Multimedia Monterrey de México liderado por Guillermo Franco



Mtiyaz Khan y Marc Hertfelder, de Al Jazeera English



Juanjo Licata, Eduardo Stigol, de Inter TuVes, Fernanda Merodio, de Hemisphere, Matilde de Boshell, de MBA, y Mar Martinez, de Atresmedia

*Julieta Oriolo*

**NUEVA SERIE**

**LAS ENSALADAS DE JULIETA**

ESTRENO EN ENERO

**20**  
Años

ALEJANDRO KEMBER, VP AFFILIATE SALES  
Email: Alejandro.Kember@amcnetworks.com

/ELGOURMET @ELGOURMETTV



CONFERENCIAS  
**Natpe 2020**

**MARTES 21 DE ENERO**

🕒 **09:15 AM - 09:30 AM**  
**NATPE Miami Opening Remarks**  
JP Bommel, President and CEO, NATPE  
Andy Kaplan, Media Advisor, NATPE BOD

🕒 **11:15 AM - 12:00 PM**  
**Netflix in Latin America**  
Rodrigo Mazon, Netflix

🕒 **11:30 AM - 12:00 PM**  
**What Do Viewers Want in 2020?...Cable Content**  
*Disertantes:*

Bruce David Klein, Atlas Media Corp.  
Courtney White, Scripps Networks  
Sean Boyle, Discovery Communications  
Jane Latman, Discovery Communications  
Lauren Gellert, WE tv

🕒 **02:00 PM - 02:30 PM**  
**In Conversation with John Hendricks**  
John Hendricks, CuriosityStream

🕒 **02:00 PM - 02:20 PM**  
**In Conversation with PLUTO TV**

🕒 **02:20 PM - 02:50 PM**  
**The Future is Streaming & OTT at Entertainment Studios with Byron Allen**  
Byron Allen, Entertainment Studios, Inc.

🕒 **02:30 PM - 03:15 PM**  
**Documentary Leadership Keynote Panel**  
*Disertantes:*

Ricki Stern, Break Thru Films  
Annie Sundberg, Break Thru Films  
Eliot Goldberg, AMC Networks  
Robert Friedman, Bungalow Media + Entertainment  
Joe Berlinger, RadicalMedia  
Gena McCarthy, Lifetime  
Elaine Frontain Bryant, A+E Networks

🕒 **03:10 PM - 04:00 PM**  
**Launching Original Content When It's**

**Not on TV**  
*Disertantes:*  
Karissa Zigarovich, Google YouTube  
Sarah Unger, CIVIC  
Wes Harris, Google YouTube  
Ben Relles, Google YouTube

🕒 **03:15 PM - 04:15 PM**  
**Monetizing Content in Today's Multiplatform World**  
Peter Blacker, EVP, Revenue Strategy & Innovation, NBCU Telemundo Enterprises

🕒 **06:00 PM - 08:00 PM**  
**NATPE Opening Night Party**

**MIÉRCOLES 22 DE ENERO**

🕒 **11:15 AM - 11:45 AM**  
**Content is La Reina**  
*Disertantes:*  
Kate del Castillo, Principal, Endemol Shine Boomdog  
Cynthia Littleton, Variety  
Cris Abrego, Endemol Shine North America

🕒 **02:10 PM - 02:55 PM**  
**Content Unbound: A Global Distribution Executive Overview**  
*Disertantes:*  
Kerim Emrah Turna, KANAL D  
Louise Pedersen, All3Media International  
Patrick Vien, A+E Networks  
Armando Nuñez, ViacomCBS  
Valerie Creighton, Canada Media Fund  
Andy Kaplan, NATPE BOD

🕒 **02:30 PM - 03:30 PM**  
**An Afternoon with Vimeo: Gaining & Growing Subscribers with Video**  
Robyn Showers, Vimeo  
Kathleen Barrett, Vimeo

🕒 **04:00 PM - 04:30 PM**  
**Peacock Takes Flight: A Conversation with NBCUniversal's Laura Molen**  
*Disertantes:*

Laura Molen, NBCUniversal  
Jose Diaz-Balart, MSNBC

🕒 **04:30 PM - 05:15 PM**  
**Digital, Live, and Everywhere: What's Next for Station Groups?**  
*Disertantes:*  
Scott Ehrlich, Sinclair Broadcast Group  
Jennifer Mitchell, ABC Owned Television Stations  
Paige Albiniak, PromaxBDA  
Betsy Bergman, NBCUniversal Television Distribution  
Adam Ostrow, TEGNA, Inc.

**JUEVES 23 DE ENERO**

🕒 **09:30 AM - 10:00 AM**  
**In Conversation with Marcos Santana**  
Anna Carugati, World Screen  
Marcos Santana, NBCU Telemundo Enterprises

🕒 **10:00 AM - 11:00 AM**  
**NATPE E-Sports Presentation**

🕒 **10:00 AM - 10:30 AM**  
**Innovating Content for an Evolving Audience**  
*Disertantes:*  
Romina Rosado, NBCU Telemundo Network  
Luis Fernandez, NBCU Telemundo Enterprises  
Cisco Suarez, NBCU Telemundo Enterprises  
Anna Carugati, World Screen

🕒 **10:30 AM - 11:00 AM**  
**Starzplay in Latin America**  
Superna Kalle, Starz Entertainment

🕒 **11:30 AM - 12:15 PM**  
**The Future of Storytelling: Daily Drama Revamps**  
Fabricio Ferrara, Prensario  
Murat Saygi, KANAL D  
Fredrik af Malmberg, Eccho Rights  
Camila Misas Henao, Televisa  
Francisco Pedro Balsemão, Impresa Group

🕒 **12:15 PM - 12:45 PM**  
**World Screen & TV LATINA Premio Icono Award Presentation**  
Pierluigi Gazzolo, ViacomCBS Networks International



**LA MEJOR PROGRAMACIÓN EN FRANCÉS**  
**CON SUBTÍTULOS EN ESPAÑOL**

**TV5MONDE**

YouTube f Instagram Twitter Pinterest @TV5MONDELATINA





# CuriosityStream: Propuesta flexible, fiel al género factual

John Hendricks dará una presentación en NATPE

Cuando **John Hendricks** se aventuró en el lanzamiento de Discovery en los '80, la programación de los canales era muy importante y la propuesta debía responder a una categoría en particular. 'Los consumidores tenían que mirar básicamente lo que nosotros programábamos para ellos', explicó el ejecutivo que desde hace cinco años trabaja en **CuriosityStream**, una propuesta súper flexible que se mantiene fiel al género factual y busca sorprender al espectador con contenido de altísima calidad, disponible en todas las plataformas.

Justamente de esto hablará en NATPE Miami, bajo el título de "La Tercera Revolución", donde transmitirá el aprendizaje del streaming, trayendo lo que ha surgido de la exploración de todo este universo, la estructura de la industria, la competencia en los géneros de no ficción y también adelantará parte de la nueva programación.

'Ahora, en el contexto en el que creamos CuriosityStream, el espectador está al mando de lo que quiere mirar, él tiene el poder en última instancia. Nuestro trabajo es curar



The History of Food



The Secret Lives of Big Cats

algunos de los mejores contenidos factual de todo el mundo, producir programas originales en formatos cortos, medianos y largos, para luego incluirlos dentro de un menú enorme. Tenemos más de 2.800 títulos y pronto llegaremos a 3.000', detalló Hendricks.

En la era del streaming, comentó, a los contenidos típicos de 30 minutos o 1 hora de duración se sumaron los formatos cortos. 'Es por eso que tenemos algunos títulos originales de 3 o 4 minutos, además de las series largas. En el mundo del streaming no estamos limitados por el tiempo, se puede contar una buena historia en el largo que se necesite', añadió.

Además, el streaming permite obtener data exacta de lo que quieren mirar. 'Notamos que había un gran interés en programas de ciencia, pero también en lifestyle, había fascinación por la cocina y la historia de la comida'.

Agregó **Clint Stinchcomb**, presidente y CEO de CuriosityStream: 'Sabemos exactamente lo que la gente está mirando, cuándo y cómo les gusta recibirlo. Podemos tomar ese aprendizaje y compartirlo con nuestros socios de distribución para programar nuestros canales lineales con el contenido más atractivo y valioso'.

## Las claves del factual

John Hendricks afirmó que la clave del contenido factual es contar una gran historia. 'El poder del guión en un documental no debería ser subestimado. El secreto es el uso de imágenes poderosas, sonidos grandiosos y sobre todo un muy buen relato. Sacar provecho del aprendizaje y darles a los consumidores lo que sabemos que les interesa', definió. 'Además, procuramos tener a los mejores anfitriones en nuestros programas, que sean auténticos, creíbles y legítimos, como es el caso de **David Attenborough**', agregó Stinchcomb.

'Estamos abiertos a un servicio puramente factual, a diferencia de gran parte de nuestra competencia en Latinoamérica, que muchas veces tiende al formato de reality shows. Ofrecemos contenidos lineales, on demand y mobile, todo en 4K y con la máxima flexibilidad. Tratamos de simplificar todos los



John Hendricks, fundador y Chairman de CuriosityStream

procesos en los que estamos involucrados, desde la producción hasta la distribución para que la programación esté disponible para la mayor cantidad de gente posible', remarcó el CEO.

## Distribución y programación

Desde su lanzamiento en Latinoamérica, la marca ha logrado grandes acuerdos en el área liderada por **Bob Gold**, SVP de distribución internacional. A su disponibilidad en **Total Play** de México, se sumó un importante acuerdo con **Millicom**, que lleva la señal a nueve territorios y está en negociaciones más proveedores.

En la parte de programación, a cargo de **Jorge Franzini**, director de contenido y desarrollo, CuriosityStream se centra en historias globales, trabajando con productores de todos los mercados. Trabaja con adquisiciones y contenido original.

Para este año en la región, trae más de sus ciclos *Right Now* (10-15 minutos), destacando *Antártida*, *Vida bajo Cero*, donde se muestran los avances en el ámbito científico de la oceanografía de esa región argentina. También estrena *René Araneda Backyard*, con el reconocido anfitrión chileno **René Araneda**, recorriendo toda la Patagonia.

En febrero se lanza una serie de ocho episodios sobre toda la exploración espacial en coproducción con **Bigger Bang** de Inglaterra. En marzo sale el nuevo show *Pompeii*, sobre los trabajos de arqueología que se desarrollan en esa ciudad desde hace 60 años con recreaciones dramáticas. Finalmente, *The History of Home*, que le sigue a *The History of Food*, donde se muestra la evolución del hogar, desde la época de las cavernas hasta la actualidad.

CuriosityStream



Antena 3

A3S  
ATRESERIES



iHOLA! TV

A3CINE



LA TELEVISIÓN  
QUE NOS UNE

www.atresmediainternacional.com

ATRESMEDIA  
INTERNACIONAL





## Atresmedia Internacional: Atrescine se consolida en Latinoamérica

Grandes acuerdos en distribución

Atresmedia Internacional cerró un año exitoso para todas sus señales, y en particular para Atrescine, la más joven del grupo que, lanzada en 2018, ya logró entrar en DirecTV Latin America, VTR de Chile, izzi y Blim de México, además de numerosos operadores pequeños y medianos de ese país.

Esto se sumó a los acuerdos de distribución para Atreseries, que llegó a VTR a principios del 2019, y al importante crecimiento de ¡Hola! TV en Estados Unidos de la mano de Verizon.

Mar Martínez, directora de Atresmedia Internacional, destacó: 'Para el año que comienza buscamos seguir en la misma línea. México es un territorio muy importante para nuestras señales y ahí creemos que hay gran potencial de crecimiento con Atrescine. Además, nos vamos a enfocar mucho en Estados Unidos'.

### La TV paga tiene futuro

Sobre el mercado audiovisual, Martínez



Producida con la BBC, *Refugiados* se estrena el 20 de enero



Antena 3 ya produce *Tu Cara me Suena 8*

comentó: 'Estamos en una industria muy cambiante, todo va muy rápido. En los últimos años estuvimos viendo cómo los operadores grandes iniciaban un camino en dirección al OTT para distribución, muchos de ellos han desarrollado sus propias plataformas que comercializan junto al satélite o al cable, los sistemas más tradicionales'.

'Se está dando la convivencia entre todos los sistemas, ninguno anula al otro. No es que la TV paga desaparece, simplemente se está readaptando en el contexto de un mercado que todavía no ha terminado de cambiar. Ahora mismo llegan otros operadores grandes importantes; hay que ver qué pasa con Disney Plus. Eso va a afectar mucho al mercado pero aun no somos capaces de ver en qué medida o en qué dirección', agregó.

'Por lo que nosotros hablamos con los grandes operadores, la TV paga aun tiene vida, tiene futuro y posibilidades de crecer, especialmente en Latinoamérica porque el ancho de banda no llega a todos de la misma manera, no todas las opciones de contenidos se pueden disfrutar por Internet. Es por esto que el cable y el satélite siguen siendo medios de distribución con potencial, cumplen una labor y tienen un sentido. Eso va a continuar por ahora', completó.

'También estamos viendo que la gente dedica cada vez más tiempo al ocio audiovisual, no quitan tiempo de la TV paga para ver otras cosas, sino que lo distribuyen y se está ampliando el tiempo total que ven TV abierta, TV paga y otras plataformas. El espectador al final busca buenos contenidos, interesantes y eso es lo que perseguimos nosotros como empresas. Que nuestros contenidos puedan llegar al mayor número de espectadores posibles. Todavía falta una consolidación para llegar a la foto final o definitiva. Por ahora, todo es cambiante'.

### Gran estreno de *Refugiados*

A la par de NATPE, el 20 de enero,



Mar Martínez, directora de Atresmedia Internacional

Atreseries estrenará *Refugiados*, la serie grabada en inglés que será la primera coproducción de BBC Worldwide en España junto a Atresmedia y Bambú. La ficción será protagonizada por Natalia Tena, David Leon y Will Keen. El argumento se centra en el éxodo de 3000 millones de personas del futuro que viajan al presente huyendo de un desastre global teniendo que cumplir dos reglas: no hablar del futuro ni relacionarse con sus familias.

Además en ¡Hola! TV producirá la cobertura de todas las alfombras rojas de las entregas de los premios más importantes del cine y Atrescine sigue con los estrenos habituales cada mes. Por su parte, Antena 3 inició la producción de la octava temporada de *Tu Cara me Suena*, el talent show que más temporadas ha emitido de forma ininterrumpida por sus grandes resultados de audiencia.

Finalmente, Mar Martínez se refirió a la creación de Atresmedia Studios. 'Va a ser parte de la primera empresa de producción audiovisual en España y en muchos sitios. La unión con Telefónica nos da mucho músculo y nos convierte en una productora grande e importante. Los canales se verán beneficiados, vamos a tener acceso a producciones más importantes, más grandes y con mayores presupuestos y esto llegará finalmente a las pantallas de nuestras señales internacionales'.



**KANAL D  
DRAMA**

**CANAL PIONERO  
EN SERIES TURCAS**

**LOS VERDADEROS DRAMAS  
NO SÓLO SE VEN...  
¡SE VIVEN!**

#AtréveteAVivirlo



Distribuido por **THEMA**  
A CANAL+ GROUP COMPANY



## AMC: Fear The Walking Dead suma nuevos talentos

AMC anunció que **Zoe Colletti** (*Scary Stories A Boy Called Christmas*) se unió al elenco de *Fear the Walking Dead* en su sexta temporada que acaba de comenzar la producción en Austin, Texas. Colletti fue elegido para un nuevo papel fundamental que se desarrollará a medida que avance la temporada. Por su parte, **Mo Collins** y **Colby Hollman** también se han convertido en personajes frecuentes de la serie en la última temporada.

Mo Collins, que interpreta a Sarah, se conoce en la cuarta temporada después de encontrar a Morgan (Lennie James) en una parada de camiones. Luego esta se une al grupo, junto con su hermano, en su misión de ayudar a los necesitados. Y Hollman, quien interpreta a Wes, aunque inicialmente reacio a aceptar la ayuda del

grupo, finalmente reflexiona esas cuestiones y se une a ellos, solo para ser dividida por Virginia (Colby Minifie) en el final de la temporada.

La sexta temporada de *Fear the Walking Dead* explora en lo que se ha convertido la familia de sobrevivientes que fueron destrozados por un nuevo y formidable adversario al final de la quinta temporada. La serie es producida por Scott M. Gimple, los productores Andrew Chambliss e Ian Goldberg, así como Robert Kirkman, David Alpert, Gale Anne Hurd y Greg Nicotero. La serie está protagonizada por Lennie James, Alycia Debnam-Carey, Colman Domingo, Danay García, Garret Dillahunt, Maggie Grace, Jenna Elfman, Alexa Nisenon, Austin Amelio, Ruben Blades y Karen David.



### AMC: acuerdo con Temporada de Juegos para desarrollar eSports

AMC firmó una alianza estratégica con Temporada de Juegos, organizadores de competencias de deportes electrónicos en plataformas móviles y PC con sede en Buenos Aires, con el objetivo de impulsar y promover el desarrollo de la escena de los Esports en América Latina. A partir del 2020, coproducirán campeonatos de Counter Strike: Global Offensive (CS:GO) en Argentina, México y otros países de la región.

**YO YA ME METÍ**  
**MÉTETE CON TODA AL FÚTBOL, MÉTETE A**  
 EL NUEVO CANAL 24 HORAS, 100% FÚTBOL, PARA TODOS LOS QUE AMAMOS EL FÚTBOL PROFESIONAL COLOMBIANO.  
**Win+**  
 Disponible en Operadores de TV paga en Colombia.

**MULTIMEDIOS TELEVISIÓN**  
**ENTRETENIMIENTO**  
 EN VIVO Y FAMILIAR

**MILENIO TELEVISIÓN**  
**NOTICIAS**  
 24/7

**TELÉRITMO**  
**MÚSICA**  
 VIDEOS Y ENTREVISTAS

**networks@multimedios.com**



# LOS PROTAGONISTAS DE 2019 A 2020



**César Conde**

Chairman  
NBCUniversal International Group & NBCUniversal Telemundo Enterprises



Desde su integración a NBCUniversal/Comcast, la gestión de César Conde a cargo de NBCUniversal Telemundo Enterprises redundó en importantes logros. A nivel doméstico, logró posicionarse varias veces en el prime time con productos distintivos como *El Señor de los Cielos* en su octava temporada. A nivel panregional, los canales del grupo tuvieron un gran año en audiencia en Latinoamérica, sumando más contenidos originales y partiendo en nuevos territorios.

En cuanto a producción, a través de Telemundo International Studios adquirió Underground (Argentina), creadora de *El Marginal*, que continuará bajo la dirección de Sebastián Ortega. Finalmente, se confirmó el lanzamiento del nuevo OTT Peacock previsto para abril 2020 en USA, que tendrá 15.000 horas de contenido (*Battlestar Galactica* o *The Office*) y opción de suscripción con y sin publicidad. En los años siguientes el OTT hará su roll out hacia América Latina.



**Tomás Darcyl**

Presidente  
GRUPO TELEFILMS



Tras haber transformado a Grupo Telefilms en un referente de Hollywood en Latinoamérica y establecerse como principal distribuidor independiente de la región con 30 estrenos de largometrajes por año, **Tomás Darcyl** apuesta fuertemente a la producción original en Brasil, México (con THR3 Media) y Argentina (con The Magic Eye) para largometrajes y series de televisión. En Mipcom, anunció un acuerdo con Roberto Gómez Fernández, CEO de Chespirito e hijo del mítico actor, para generar la serie biográfica de su padre, Roberto Gómez Bolaño, junto a otros proyectos basados en el universo audiovisual de esa propiedad. También opera en distribución de cine a través de Diamond Films que ya está presente en siete territorios de Latinoamérica, además de España.



**Patricia Jasín**

VP de Ventas Internacionales  
TV AZTECA



Desde su designación al frente de TV Azteca Internacional, **Patricia Jasín** ha repositionado a uno de los referentes de la televisión hispana en el mundo en sus dos principales segmentos de negocio: la venta de señales 24hs y la distribución de contenidos. En el primer caso, incrementó la visibilidad en los mercados del trade potenciando todos sus canales internacionales y generando acuerdos con los más importantes sistemas de TV de paga, y en el segundo, selló alianzas estratégicas con productores (como Kuarzo Entertainment de Argentina) que le ha permitido diversificar su catálogo sumando formatos de entretenimiento y documentales que le posibilitan ganar nuevos mercados. En NATPE Miami 2020 lanzará un área digital con contenidos específicos para los entornos digitales, y apuesta a la coproducción. El objetivo es ganar en diversidad y que su oferta sea lo más amplia posible para enfrentar los desafíos del mercado que viene. Su lema es: "No se trata de vender, sino también de ser facilitadores de negocio".



**Diego Lerner**

Presidente  
THE WALT DISNEY COMPANY LATIN AMERICA



La adquisición de 21st Century Fox y el anuncio del lanzamiento de su propio servicio de streaming Disney Plus han puesto a The Walt Disney Company en el foco de los comentarios sobre el presente y futuro de la industria, con **Diego Lerner** liderando esta monumental transformación en América Latina, tras una brillante carrera iniciada en la Argentina y continuada en Europa. Lo que diferencia a este proceso de los muchos que ha vivido la industria en las últimas décadas es la dimensión, la complejidad y la variedad de temas a tratar. En el nuevo universo audiovisual que se está desmenuando, el usuario decide qué quiere ver y el ecosistema se lo obtiene, dándole a la libertad de elección una escala nunca antes lograda, pero también inéditas responsabilidades para no defraudarlo.



**Emilio Rubio**

CEO  
HBO LATIN AMERICA



Siguiendo la línea pionera de producción original, HBO Latin America, bajo el liderazgo de **Emilio Rubio**, ha generado más volumen de producción al tiempo que sumó nuevos territorios. En Colombia produjo la serie *Mil Colmillos* (2020) junto a Rayhuela Films, mientras que en España, bajo el mando de Miguel Salvat pero con apoyo del equipo latinoamericano, anunció cinco proyectos con talento cinematográfico de primera línea como *30 Monedas*, del director Alex de la Iglesia. En la región sigue firme con las producciones locales y ya promueve la nueva biopic sobre el ingeniero brasileño *Santos Dumont*, uno de los productos punta de lanza del área de distribución internacional liderada por Xavier Aristimuño, VP Licensing, que ya ha logrado varios acuerdos clave a nivel global.



**Eduardo Ruiz**

Presidente & General Manager  
A+E NETWORKS LATIN AMERICA



Con crecimiento de audiencia y distribución en todas sus señales, A+E Networks Latin America con el liderazgo de **Eduardo Ruiz**, continúa apostando a nuevos proyectos para la región y al estreno de superproducciones, apoyado en una estrategia 360° con una pata fuerte en digital. Tanto A+E como History y H2 crecieron en audiencia entre 10 y 30%, mientras que en distribución, History y H2 superaron los 4 millones de hogares en México, y Lifetime sumó 1 millón de hogares nuevos. En la parte de programación, apostó a grandes producciones como *Metrópolis* en México, *Desafío sobre fuego Latinoamérica*, además de *El Embarcadero* la serie producida por Atresmedia Studios y Vancouver Media para Movistar, de la que A+E tiene los derechos para México y Brasil, y adquirió los derechos de *Narcos* para TV paga. Finalmente, lanzó la superproducción *Hernán* para History, que relata la historia del conquistador Hernán Cortés.

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 2019 y adelantando un promisorio 2020 para las empresas y grupos que representan.

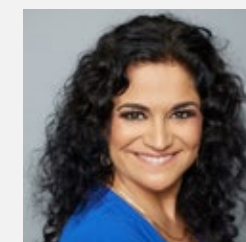


**Pierluigi Gazzolo**

Presidente de OTT Internacional & VIS  
VIACOM CBS



En sus más de diez años como presidente de Viacom International Media Networks (VIMN) para las Américas, **Pierluigi Gazzolo** logró fortalecer esa unidad con la adquisición en 2016 de Telefe (Argentina) y la creación en mayo de 2018 de Viacom International Studios (VIS), su productora global para pantallas propias y de terceros con operaciones en Buenos Aires, México, Madrid y Manchester. Tras dejar la presidencia de VIMN en manos de JC Acosta, Gazzolo fue designado presidente de OTT internacional para el quinto grupo de medios más grande del mundo, que se prepara para el escenario digital que se empezó a delinear en 2019 y se completará este año con el lanzamiento del sistema AVOD Pluto TV en la región. A esto se le suma la tarea de integración que emprenderá desde VIS, como unidad líder para la creación de contenido original en la recientemente fusionada ViacomCBS.

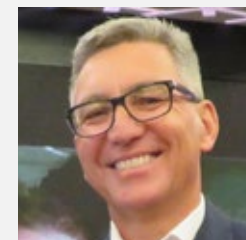


**Cecilia Gómez de la Torre**

Gerente Asociada  
TONDERO DISTRIBUCIÓN



Tondero es el principal productor y distribuidor cinematográfico de Perú. Desde el lanzamiento de Tondero Distribución en 2016, en alianza con **Cecilia Gómez de la Torre**, la compañía dio un salto enorme en el negocio internacional. La ejecutiva aportó su expertise de más de 20 años en la industria televisiva con alianzas como las que tiene con América TV para distribuir sus novelas y servicios de producción de Estudios Américas, y acuerdos de coproducciones internacionales en TV y cine. Además, forma parte del grupo de productores independientes peruanos que impulsó la Ley de Promoción de la Actividad Cinematográfica y Audiovisual, promulgada el 8 de diciembre en el Congreso de la Nación. Por otra parte, Gómez de la Torre es socia co-fundadora de la Worldwide Audiovisual Women Association (WAWA) que se lanzó en Noviembre 2016 y ya cuenta con más de 400 socias de todo el mundo.



**Carlos Moltini**

Miembro del Directorio y Comité Ejecutivo  
TELECOM ARGENTINA



**Carlos Moltini**, quien ha dejado el cargo de CEO de Telecom Argentina para hacerse cargo de los planes estratégicos del holding –que opera TV paga, banda ancha, telefonía móvil y OTT en Argentina, Paraguay y Uruguay–, ha sido un verdadero protagonista. Flow, el servicio de streaming desarrollado durante su gestión como respuesta al avance de las plataformas OTT, se ha posicionado como un factor de decisión para los suscriptores, en un contexto regional donde si bien el cord cutting no es relevante, sí lo es el fenómeno de cord never, donde las nuevas generaciones contratan Internet sin pasar por el cable. Esto gracias a la estrategia de contenidos originales desarrollados en coproducción con canales de TV paga y TV abierta. En 2019, lanzó la segunda temporada de *Un Gallo para Esculapio* junto a TNT y Underground: *Morir de amor* con Telefe; *Otros pecados*, junto a Pol-ka y El Trece, y las más recientes, *Inconvincencia* con Kuarzo e Idealismo Contenidos; y *Atrapa a un Ladrón*, con VIS.



**Whit Richardson**

Presidente  
WARNERMEDIA LATIN AMERICA



Bajo el liderazgo de **Whit Richardson**, WarnerMedia Latin America ha ampliado sólidamente sus alcances en la cobertura de deportes, el rubro que más inversión publicitaria atrae y por lo tanto puntal de negocios para el grupo. La estrategia mundial en este rubro incluye franquicias como la NBA, NFL o la UEFA, mientras que en Sudamérica tiene a los equipos de la serie A de Brasil, el fútbol argentino en TNT Sports y el chileno con CDF. En la generación de contenidos, con la exitosa gestión de Tomás Yankelevich, continúa avanzando en ficción y entretenimiento, mientras consolida el área de distribución, que ya cerró sus primeros acuerdos en Latinoamérica. Se anunciaron varios proyectos como *Tu Parte Del Trato* con Polka Producciones, *eltrece* y *Cablevision Flow* en Argentina, y en Brasil produjo la bioserie *Hermanos Freitas* con Gullane y VideoFilmes. Además, sigue empujando su área de entretenimiento con la adquisición y producción de formatos y apuesta fuertemente al branded content.

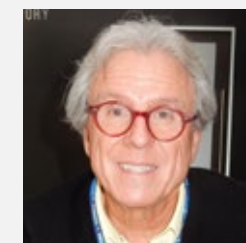


**Juana Uribe**

Vicepresidenta  
CARACOL TV



En los últimos años, Colombia se ha posicionado como hub de producción y exportación de contenidos latinos al mundo, y Caracol TV ha sido emblema a través de su vicepresidenta, Juana Uribe. Al liderazgo del mercado televisivo local en los últimos siete años, ha sumado una importante presencia internacional a través de la distribución y acuerdos de coproducción, con Lisette Osorio como VP de ventas internacionales. Caracol TV genera acuerdos estratégicos tanto con jugadores tradicionales (Sony) como con OTTs, con quienes tiene planes a largo plazo (Netflix). Uribe ha encarado una potente evolución de contenidos no sólo en su core, dramas, sino también en entretenimiento, un género al que ha apostado muy fuerte con *El Desafío* o *La Agencia*, entre otros títulos. Este gran momento ha sido coronado con el primer Emmy Internacional obtenido por Colombia gracias a *La Reina del Flow*, la novela de mayor audiencia en Colombia en 2018 que fue vendida en 80 mercados internacionales.



**Patricio Wills**

Presidente  
TELEVISIA STUDIOS



Con larga trayectoria en la producción internacional y liderando el área de producción de contenidos de Televisa desde hace dos años, **Patricio Wills** es uno de los realizadores de series contemporáneas en español más reconocidos. Su estrategia se centró en un ambicioso plan de generar contenidos originales de calidad bajo el formato de estudios, que busca producir para propios y para terceros, cambiando de modelo de negocio según el proyecto. La iniciativa está evolucionando muy bien con producciones como *El Dragón*, producida junto a W Studios, que se ha emitido con éxito en Univisión y Netflix la llevó a más de 200 países. Su estrategia se basa en un profundo conocimiento de lo que el público busca en las historias, logrando combinar los valores básicos como la valentía y el coraje, frente al mal y la traición, pero adaptando los relatos a la actualidad.



## HBO Latin America presenta nuevas producciones en Latinoamérica

Sigue ampliando la plataforma HBO Go

Gustavo Grossmann, Vicepresidente Corporativo de Networks en HBO Latin America, adelantó las principales novedades de programación para este año, destacando la nueva producción realizada en Brasil *Todxs Nostrxs*, que aborda temas LGBTQIA+ además de cuestiones como acoso y racismo.

Además, la miniserie basada en la novela de culto escrita por Germán Maggiori, *Entre Hombres* que, ambientada en Buenos Aires en los años 90, tiene un casete VHS como el gran disparador de la historia que tendrá en su elenco a Gabriel 'El Puma' Goity, Nicolás Furtado, Diego Velazquez, Diego Cremonesi y Claudio Rissi. Por su parte, *El Huésped Americano* sigue el camino del antiguo presidente de EE.UU. Theodor Roosevelt en una aventura para explorar regiones desconocidas del Amazonas brasileño.



'HBO se caracteriza por tener contenido único y exclusivo, además de contar con grandes talentos, y el 2020 no será la excepción. En enero Jason Bateman y Ben Mendelsohn protagonizan *The Outsider*, la serie basada en el libro *El Visitante* de Stephen King, sigue al detective Ralph Anderson

mientras investiga el cuerpo mutilado de un niño de 11 años, encontrado en los bosques de Georgia con misteriosas circunstancias rodeando el horroroso crimen'.

'En otro género, Hugh Laurie llega en la comedia de ciencia ficción *Avenue 5*. Ambientada 40 años en el futuro, cuando viajar por el sistema solar ya no es una fantasía de ciencia ficción, sino un floreciente negocio multimillonario. Además de la décima temporada de *Curb Your Enthusiasm* protagonizada por el implacable Larry David', completó.

Además, vuelve el late night show *Chumel* con Chumel Torres en su quinta temporada presentada con el particular estilo del famoso influencer mexicano Chumel Torres.

### Enriquecer la experiencia

'Continuaremos trabajando en el exclusivo contenido que hemos entregado, además de enfocarnos en enriquecer la experiencia de los suscriptores con la marca dentro de un entorno digital. Continuaremos incrementando la experiencia de los usuarios a través de HBO Extras, ofreciéndoles información



Gustavo Grossmann

immersiva de distintas series para ampliar su experiencia de entretenimiento', detalló Grossmann.

'En este momento, nos encontramos en una posición única en términos de la plataforma HBO GO y confiamos que así seguirá, contamos con más de 3500 títulos, incluyendo todas nuestras producciones originales de América Latina y continuaremos trabajando para extender nuestro catálogo'.

'En HBO continuamente aseguramos que el desempeño de nuestra plataforma esté en su mejor capacidad para ofrecer a nuestros suscriptores la mejor experiencia de entretenimiento', agregó.

'Es importante que los usuarios mantengan actualizado su sistema operativo, descarguen la última versión de la plataforma y cuenten con una conexión de Internet de alta velocidad para que puedan disfrutar de la mejor forma. Nosotros continuamente hacemos un esfuerzo en mercadeo, tecnología y contenido para robustecer nuestra oferta y hoy vemos que los suscriptores del paquete básico han sumado HBO GO a través de operadores que ofrecen el servicio como un producto a la carta', concluyó el ejecutivo.



*Todxs Nostrxs* es la serie realizada en Brasil, aborda temas LGBTQIA+



La miniserie de época *Entre Hombres*, filmada en Argentina



*El Huésped Americano*



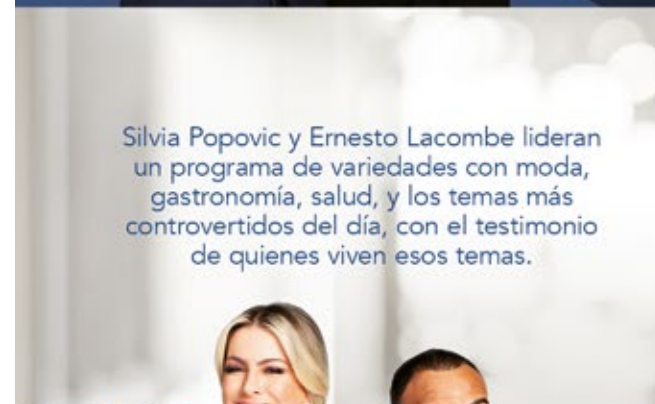
*The Outsider*, basada en una novela de Stephen King

PARA TI QUE NO TE DESCONECTAS DE BRASIL.



BORA SP

Joel Datena y Laura Ferreira se conectarán con usted, brindándole las noticias sobre el clima, el tráfico y lo más importante que sucede en la capital más grande de América del Sur.



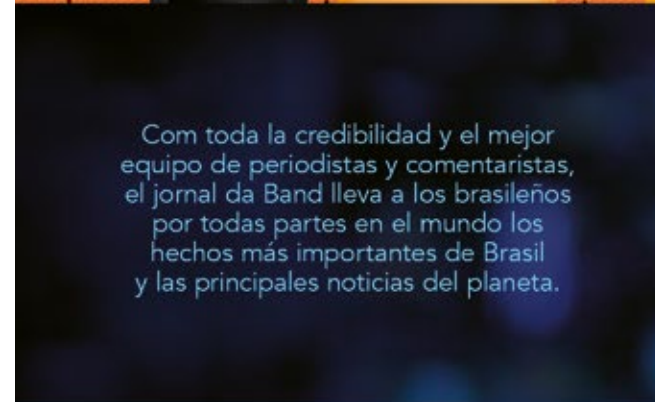
Silvia Popovic y Ernesto Lacombe lideran un programa de variedades con moda, gastronomía, salud, y los temas más controvertidos del día, con el testimonio de quienes viven esos temas.

AQUÍ NA BAND



× JOGO ×  
ABERTO

Las principales noticias y un debate diario con buen humor reúne a periodistas y deportistas para comentar sobre lo más importante sobre el fútbol en Brasil y en el mundo.



Com toda la credibilidad y el mejor equipo de periodistas y comentaristas, el *Journal da Band* lleva a los brasileños por todas partes en el mundo los hechos más importantes de Brasil y las principales noticias del planeta.

JORNAL DA BAND



Dirección General: Silvia Jafet • sj@band.com.br  
Contato: Marcelo Assumpção • marcelo@interactvbrasil.com

Argentina, Uruguay, Paraguay y Chile  
Sabrina Capurro • +54 11 4774-5127  
sabrina.capurro@sgdgggroup.com

BAND INTERNACIONAL

BAND.COM.BR/INTERNACIONAL  
facebook.com/bandinternacional



## Discovery adquiere Golf Channel Latin America

Discovery anunció la compra de **Latin American Golf**, el grupo que opera la señal de TV paga **Golf Channel Latin America**, que llega a 10 millones de suscriptores en 17 mercados.

La incorporación de Golf Channel Latin America expandirá el negocio global de medios de Discovery relacionado con el golf en la región, sumando una multiplataforma en crecimiento que ofrece una amplia cobertura de este deporte, además de programación instructiva y de entretenimiento.

La compra dará impulso al ecosistema global de golf de Discovery, sumando Golf Channel Latin America a su portafolio que incluye: GOLFTV powered by PGA TOUR, la casa digital del golf, Golf Digest, la marca N°1 de medios dedicados al golf, y una alianza exclusiva de contenido global con Tiger Woods.

Lanzado originalmente en 2006, Golf Channel ofrece una amplia variedad de con-

tenido premium de golf y cobertura de los torneos del PGA TOUR, que incluye más de 36 eventos exclusivos en vivo. En televisión, la señal está actualmente disponible a través de operadores líderes de televisión paga en

17 países, y ofrece reportajes, análisis y cobertura de este deporte en sus plataformas digitales.

Discovery forjó una alianza estratégica con PGA TOUR, anunciada en junio de 2018, que incluyó la gestión de los derechos internacionales multiplataforma del PGA TOUR. Esta relación, sumada a la adquisición de Golf Channel Latin America, permitirá a Discovery optimizar y maximizar la programación y la cobertura en vivo a través de las pantallas de Golf Channel Latin America y GOLFTV a partir de enero de 2020.

**Fernando Medin**, presidente de **Discovery Latin America/US Hispanic**, dijo: 'La incorporación de Golf Channel Latin America al portafolio de Discovery solidifica nuestra oferta de marcas agregando el golf a la ya



Fernando Medin

amplia variedad de contenidos que le brindamos a nuestros fans'.

'Al incorporar a Golf Channel Latin America, estamos sumando nuestros esfuerzos a la estrategia global destinada a convertir a Discovery en la casa del golf en todas las pantallas. Ampliar el portafolio de golf de Discovery en la región nos permitirá brindar una mejor oferta a una audiencia creciente y apasionada, y explorar oportunidades con distribuidores y anunciantes actuales y potenciales', agregó Medin.

'Discovery sigue fortaleciendo su oferta y su compromiso con los aficionados al golf de todo el mundo, y nos entusiasma la expansión de nuestra oferta en América Latina para potenciar nuestras ambiciones de golf en toda la región', dijo Alex Kaplan, President and General Manager, Discovery Golf.



## Space estrena *The Purge - La Serie*

Space anunció el estreno de *The Purge - La Serie*, basada en la saga del mismo nombre, donde todos los crímenes son legales durante 12 horas. La primera temporada cuenta con 10 episodios, que serán transmitidos todos los viernes de enero en el marco de la franquicia *El Club Miedo*, con una sesión de capítulos dobles en toda Latinoamérica.

La saga cinematográfica *The Purge* lleva cuatro películas estrenadas en cines desde 2013 cuando debutó con *La Purga: La noche de las bestias*. En esta ocasión, en Estados Unidos empieza a recuperarse de la crisis de 2008 con la irrupción de un nuevo partido político conocido como Los Nuevos Padres Fundadores de América que promueven a partir de 2014 el experimento social de La Purga, en el que el crimen es legal durante 12 horas. Así es

como parte todo.

Ahora, el partido totalitario sigue celebrando 12 horas de purga una vez al año, donde todos los delitos, incluidos vandalismo, asesinato, incendio y robo, son legales. La serie sigue a Miguel, un miembro de la Marina de Estados Unidos que regresa a casa en la noche de purga después de recibir un mensaje críptico de su hermana, Penélope, miembro de un culto de adoración a la Purga.

A lo largo de la serie van apareciendo distintos personajes, entre los cuales se encuentra gente pro-purga, listos para participar de las 12 horas, y anti-purga, dedicados a protegerse de la terrorífica noche. En tanto el reloj avanza, cada uno se ve obligado a contar su pasado a medida que descubren qué tan lejos llegarán para sobrevivir a la



The Purge

noche de la purga.

La serie fue creada por el mismo director de las películas, James de Monaco, y el reparto está conformado por Gabriel Chavarria (Manuel), Jessica Garza (Penélope), Amanda Warren (Jane), Colin Woodell (Rick), Lili Simmons (Lila), Hannah Emily Anderson (Jenna), Lee Tergesen (Joe), William Baldwin (David Rycker), y Fiona Dourif (Tavis).



# The Italian TV Experience



#LaTuaTV  
nelMondo

www.mediasetdistribution.com  
www.mediasetitalia.com



## ViacomCBS relanza su plataforma infantil Noggin

Y prevé la llegada de Pluto TV a Latinoamérica

ViacomCBS, el grupo multimedia ya consolidado después de la fusión cerrada el pasado 4 de diciembre, avanza con una fuerte propuesta para el segmento OTT, que tendrá en NATPE el relanzamiento de su marca **Noggin**, la plataforma para el público preescolar que cuenta con 1,9 millones de suscriptores en Latinoamérica, y más adelante, la llegada de **Pluto TV**, servicio disponible en EE.UU., a los mercados internacionales.

Todo bajo el liderazgo de **Pierluigi Gazzolo**, que quedó como presidente de OTT a nivel internacional y de **Viacom Interna-**

**tional Studios (VIS)**, y respondiendo a la importancia que tienen los negocios de OTT y de estudio para la compañía.

Pluto TV es un servicio AVOD, es decir que obtiene sus ingresos a partir de la publicidad, que para los usuarios será gratuito. Desde hace un año, está disponible en el mercado hispano de Estados Unidos y evolucionó hasta contar con más de 100 canales de televisión en vivo y 4.000 horas de contenido en español y en portugués.

Tendrá miles de películas on demand, a partir de acuerdos con más de 150 cadenas de TV líderes, estudios de cine y compañías digitales. Los contenidos se podrán visualizar desde dispositivos móviles, navegadores y smartTVs.

### Relanzamiento de Noggin

**Nickelodeon Latinoamérica** lanza en NATPE Miami la última versión de **Noggin**,



Pierluigi Gazzolo

el servicio de *edutainment* de **Nick Jr.** para preescolares con casi 2 millones de suscriptores en la región que acceden a un catálogo de más de 30 títulos y más de 1.000 episodios. La app estará también disponible a través sistemas de cable, telefonía móvil y OTTs.

*Garden Academy* es una nueva sección creada en colaboración con la oficina de Ecuador de **The Bénédic International Language School** (Suiza) con un plan de estudios en inglés a través de nuevas actividades y personajes. Además, incorpora juegos educativos, y sección de videos musicales e interactivos, que fomentan experiencias de aprendizaje que promueven la ciencia, tecnología, ingeniería, matemáticas y habilidades socioemocionales.



## Disney+ gana terreno en la batalla del segmento OTT

Está disponible en cinco mercados

Disney+, la propuesta OTT de **The Walt Disney Company**, finalmente tuvo su lanzamiento en noviembre último y a las pocas semanas ya había superado los 10 millones de suscriptores y registrado 15,5 millones de descargas de su app, de acuerdo a la consultora Apptopia. La plataforma, que en principio solo está disponible en Estados Unidos, Canadá, Países Bajos, Australia y Nueva Zelanda empezó sumando 1 millón de usuarios nuevos por día.

Con casi 500 filmes y más de 7500 episodios de series de TV de Disney, **Pixar**, **Marvel**, **Star Wars**, **National Geographic** y más, el nuevo OTT será la plataforma exclusiva de algunas de los contenidos más emblemáticos de la firma, así como de una sólida lista de producciones



originales listas que verán la luz en el servicio.

‘El lanzamiento de Disney+ es un momento histórico para nuestra compañía que marca una nueva era de innovación y creatividad. Disney+ ofrece una experiencia de entretenimiento excepcional, presentando nuestra biblioteca de apreciadas películas, series de televisión y contenido original exclusivo’, había expresado **Robert A. Iger**, presidente y CEO de TWDC.

Uno de sus principales estrenos fue *The Mandalorian*, la serie original de **Lucasfilm** ambientada en el universo de *Star Wars*, que desde su lanzamiento ha logrado triplicar su demanda en Disney+, convirtiéndose además en la serie más demanda en Estados Unidos en



*The Mandalorian*, el gran éxito de Disney+

todas las plataformas, según Parrot Analytics, superando a *Stranger Things*, que ocupó el primer puesto durante 21 semanas como la producción digital más demanda.

Otros contenidos disponibles son *La dama y el vagabundo*, una reversión live action del clásico animado de 1955; *Noelle*, con **Anna Kendrick**, *High School Musical: The Musical: The Series*, *El mundo según Jeff Goldblum*, *Marvel's Hero Project*, *Encore!*, *The Imagineering Story*, *Family Sundays*, *SparkShorts* y *Forky Asks a Question*.

En 2020 conquistaremos el mundo vía satélite.





## Win Sports: gran crecimiento como el canal del fútbol colombiano

Win Sports finalizó el 2019 con una penetración en los operadores de TV paga de Colombia del 98%, transformándose además en el primer canal deportivo del país, con una participación del 43% de la audiencia dentro de la categoría, según destacó Jaime Parada, gerente general del canal, a Prensario.

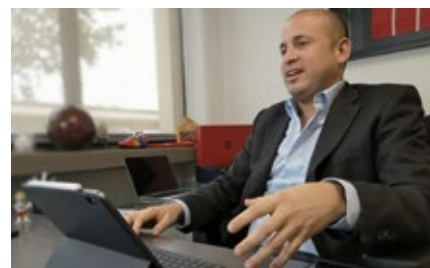
'Sin duda alguna, el 2019 fue un año gratificante para Win Sports, los buenos resultados hicieron parte de nuestra gestión y reafirmamos nuestro objetivo de ser el canal más visto de la televisión paga en el país', señaló el ejecutivo, al tiempo que resaltó: 'De acuerdo con Kantar IbopeMedia, además de ser el primer canal deportivo del país, a nivel nacional somos el 4 canal más visto de la televisión después Caracol, RCN y UNO (en el total día), y el número uno de TV paga en Colombia'. Y por si fuera poco, 'de



los usuarios activos internacionales que nos eligen a través de Win Sports Online, el 51% se encuentran en Estados Unidos'.

El éxito de Win Sports se explica, en palabras de Parada, 'en gran medida por el enfoque en el detalle. Cada una de las acciones que ejecuta el canal tiene como fin llevar a los seguidores del deporte colombiano la mejor señal'.

Como resultado de esto, iniciarán 2020 con el lanzamiento el 20 de enero de Win Sports+, el canal exclusivo del Fútbol Profesional Colombiano, con contenido las 24/7 en calidad FullHD. 'Con esto, no sólo queremos reafirmar nuestra apuesta por el fútbol colombiano, sino también consolidar una plataforma para la generación de mayores ingresos que beneficie a todos los actores de este deporte'.



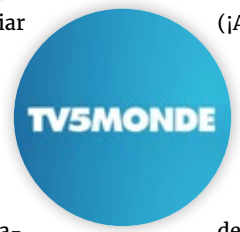
Jaime Parada

Win Sports+ es el canal 100% dedicado al fútbol, que transmitirá su señal con los estándares de producción de las grandes ligas del mundo. Llega con una programación que incluye no sólo los partidos de los torneos locales y la Superliga Turca sino también nuevos programas de análisis como Línea de Cuatro, Mucho + Fútbol, Primer toque y Win + Noticias, y ya está acordado su ingreso en Claro, Tigo, DirectTV, Movistar, HV y Emcali. 'Con esto, esperamos alcanzar una penetración del 30% sobre los hogares que cuentan con televisión paga en el país', concluyó Jaime.

## TV5 Monde presenta su programación para enero

De cara a NATPE Miami, TV5 Monde anunció sus estrenos de programación para enero, destacando grandes películas como Rio ne Répond Plus (Río ya no responde), con la dirección de Michel Hazanavicius (Francia, 2009) y un elenco encabezado por Jean Dujardin, Louise Monot y Alex Lutz.

A Hubert Bonisseur de la Bath, el mejor espía francés, se le va confiar una misión muy importante: encontrar a un ex oficial nazi refugiado en América Latina. Su investigación comienza en Brasil, en Rio de Janeiro. In situ, forma un equipo con una encantadora espía israelita.



Además, llega Attention! Une Femme Peut en Cacher une Autre (Una mujer puede esconder a otra), con la dirección de Georges Lautner (Francia, 1983), con Miou-Miou, Roger Hanin y Eddy Mitchell. Alice se divide entre dos ciudades, dos trabajos, dos hombres que

ignoran todo el uno del otro. Hasta el día en que se encuentran en el andén de una estación. Para Alice, llegó el momento de poner un punto final a esta doble vida y hacer una elección. Otros títulos de cine son Un Petit Boulot, Le Silencieux.

En el segmento documental, la señal internacional presenta Aux Armes, Citoyens! (¡A las armas, ciudadanos!), con la dirección de Jérôme Lambert y Philippe Picard (Francia, 2019). Etapa obligatoria de la vida de millones de franceses hasta 1996, el servicio militar fue, durante más de un siglo, uno de los pilares de la República. Desde su advenimiento en 1905, hasta el fin de la Segunda Guerra Mundial, esta primera parte narra cómo el servicio militar consolidó la ciudadanía.

También tendrá Des Racines et des Ailes (Raíces y alas) de Florence Troquereau (Francia, 2018), Cellule de Crise - Gilets



! Une Femme Peut en Cacher une Autre



Rio ne Répond Plus

Jaunes (Crisis de los Chalecos Amarillos) y la France Rock & Roll, de Johnny Hallyday. Y sigue con su propuesta de magazines, deportes, series y entretenimiento. Finalmente, avanza con sus contenidos educativos para la enseñanza del francés.





## A+E Networks Latin America adelanta su programación para 2020

A+E Networks Latin America adelantó sus novedades de programación para este año, destacando el estreno de la cuarta temporada de *Narcos* por A+E, la primera entrega de la saga que transcurre en México, y confirmó la llegada de la quinta temporada para el final del primer semestre.

Además, *El Chapo* también llegará a la TV paga con la misma señal, que también trae nuevas temporadas de sus dos spin off de la franquicia de *NCIS: NCIS LA*, la serie más vista en Estados Unidos que, de la mano de los agentes especiales Chris O'Donnell y LL Cool J, contará la riesgosa labor de atrapar a los más peligrosos criminales en Los Ángeles; y *NCIS: New Orleans*, protagonizada por Scott Bakula, que traerá a la pantalla nuevos casos que involucren al personal militar en la ciudad norteamericana.



Narcos llega en su 4ta temporada



También se estrena la cuarta temporada de *Bull* con Michael Weatherly, y la nueva temporada de la producción original *Metrópoli*.

Finalmente, A+E estrenará nuevos documentales para *A+E Investiga* así como icónicas películas de *A+E Movies*, agrupadas en maratones y distintos especiales destacados para revivirlas de la mejor manera.

### History

**History** traerá a su pantalla *The UnXplained* con William Shatner; la segunda temporada de *Hernan*, con Oscar Jaenada y Michel Brown, y la segunda de *Proyecto Libro Azul*, la serie de Robert Zemeckis. Además, cuenta con sus clásicas series con nuevos episodios y temporadas: *Alienígenas Ancestrales*, *Cazadores de Tesoros*, *El Precio de La Historia*, *Quién Da Ma\$?* y se suma *Los Reyes del Dolor*, la nueva serie real life que sigue al biólogo Adam Thorn y al manipulador profesional de animales Rob "Caveman" Alleva mientras son mordidos y picados por algunas de los más peligrosas y temibles criaturas.

El 29 de enero de 2020 se llevará a cabo la premiación y entrega de premios de la sexta edición de *Una Idea Para Cambiar la Historia*,



Hernan, la gran apuesta de History

en el Mexico City Marriott Reforma Hotel (Ciudad de México). Allí se conocerá el orden de ganadores de las cinco ideas finalistas.

### Lifetime

Finalmente, para Lifetime, se adelanta la producción original de la versión latinoamericana de la reconocida serie real life *Matrimonio a primera vista*, además de grandes títulos de Lifetime Movies, películas realizadas por y para mujeres.

El año comienza con el estreno de *Mi Gran Boda con David Tutera*, donde el reconocido organizador de eventos y wedding planner norteamericano de renombre mundial David Tutera, comparte las historias de amor y supervivencia de las parejas que eligen trabajar con él para construir las bodas de sus sueños.

Lifetime también estrenará nuevas temporadas de sus ficciones *Jane The Virgin* (quinta temporada). Y además, continuará haciendo foco en el espíritu emprendedor de la mujer del lado de la moda, el diseño y de lo fashion con nuevas temporadas de *Project Runway*.

## Inti participó en la conferencia sobre cambio climático de Madrid

Inti Network participó en la Conferencia de las Partes (COP25), que es el órgano supremo de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático (CMNUCC), realizado en Madrid, España, del 2 al 15 de diciembre.

Allí, los jefes de Estado y de Gobierno, o en su nombre los ministros, toman decisiones para intentar mitigar los efectos de la crisis climática derivados de la acción humana. Inti cubrió las noticias



más relevantes de los acuerdos logrados en esta magna conferencia, al igual que da el espacio a todos quienes de forma positiva están promoviendo de protección del medio ambiente como los pueblos originarios latinoamericanos, ONGs y particulares.

Esta Conferencia fue presidida por la República de Chile, ejecutada en forma muy profesional por España en tiempo récord ha permitido que Cop25 logre sus metas como estaba



programado. Mas de 20.000 acreditados de todo el mundo hacen cita para poder establecer acuerdos continuando con las acciones concretas impulsadas en la Cop21 "Acuerdo de Paris".



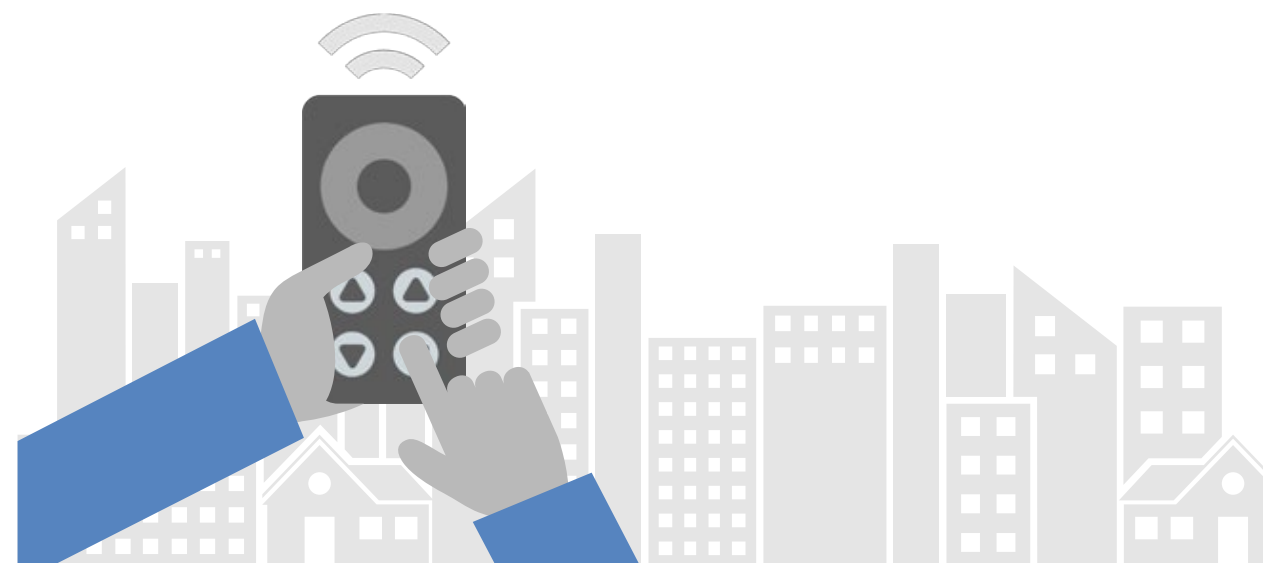
# Monetice sus redes con inserción de publicidad.

VEAS es la solución integral más avanzada para inserción de publicidad digital desde la nube y on-premise

en redes HFC, IPTV, OTT y Digital Signage, utilizando estándares SCTE, VAST y una plataforma de arquitectura abierta que incluye CUEI digital, CUE TONE análogo, redundancia, sistema de licencias flexible propietario o de servicio (SAAS), con soporte en español del fabricante.

Completo administrador de campañas publicitarias con inventario visual y reportes comerciales con certificación de dos puntos.

Nuevo modelo de negocios con retorno de inversión garantizado. ¡Conviértanos en su partner de inserción de publicidad!



Para más información sobre VEAS TSI, contáctenos al 954.427.5711 o visite [www.amt.com](http://www.amt.com) - [www.veas.tv](http://www.veas.tv)



## Se lanza Nautilus Entertainment Group en Paraguay

Consultoría de señales y tecnologías para monetización

Jorge Gandulfo tiene muchos años de experiencia en Latinoamérica a partir de su empresa de tecnología Veas, que con sede en Miami lleva casi 20 años enfocándose en la parte de monetización para la TV lineal y digital signage. Con su expansión a toda la región, vio nuevas oportunidades en diferentes países, pero en particular en Paraguay vinculado a la consultoría de señales internacionales para el mercado. A nivel local, también lo ve para la generación de contenidos en Guaraní.

Es así que decidió abrir **Nautilus Entertainment Group**, su nueva empresa que ya está funcionando en Asunción, apuntando a un mercado que puede ser un punto de partida para Bolivia, el norte argentino y el resto del Mercosur. Pero en principio,

es Paraguay que muestra una demanda insatisfecha en la mejora de la oferta de señales y de tecnología para aprovecharlas.

Gandulfo explicó que para la consultoría de señales ha recurrido a estudios de mercado e información que recabada en Paraguay desde hace cinco años, busca integrar las nuevas tecnologías para mejorar la experiencia para TV Everywhere, apps y gaming.

Nautilus Entertainment Group es también una empresa integradora y consultora de servicios para telcos y proveedores de servicios, incluyendo mercadeo y monetización que es donde se tiene un gran expertise.

Hoy en Asunción se suele ver publicidad exclusiva para otros países, cuando hay mucho para comunicar a nivel local en ese



Jorge Gandulfo

espacio también. Para la venta y monetización de la publicidad se puede trabajar tanto para consolidar plataformas de TV Everywhere y TV lineal, con las posibilidades de cada caso.

Jorge Gandulfo estará presente en NATPE Miami continuando con las negociaciones que ya tiene avanzadas en los grandes grupos, y buscando nuevos partners estratégicos para su trabajo, primero en Paraguay y luego en la región.

## NBCUniversal: Alfombras rojas y grandes estrenos

En enero, las señales de **NBCUniversal** preparan toda la cobertura de las alfombras rojas de los premios más importantes del cine por E! y adelanta los estrenos de series en Telemundo Internacional y Universal TV.

Después de la alfombra roja de los *Golden Globes Awards 2020*, emitida el domingo 5 de enero, **E! Entertainment** se prepara para la 62ª edición de los *Grammy Awards*, el domingo 26 de enero. E! será el encargado de transmitir en vivo para toda Latinoamérica cada detalle de la gran llegada de las celebridades más sobresalientes del año, con Alicia Keys que volverá como presentadora.

El 20 de enero, llega *Botched* en su sexta temporada con el Dr. Terry Dubrow y Dr. Paul Nassif una vez más aportando su experiencia incomparable al quirófano mientras revisan

y reparan los casos reconstructivos más desafiantes de Hollywood en materia de cirugía plástica.

Desde el 13 de enero, **Telemundo Internacional** emitirá la serie *La Bandida*, que cuenta la historia de una pequeña niña de Chihuahua que logró sobrevivir a grandes sucesos que la marcaron en su vida.

Filmada íntegramente en México, llega con 70 episodios llenos de acción y drama. El elenco estará encabezado por Sandra Echeverría, Julieta Grajales, Jenny Kay y Ianis Guerrero

**Universal TV** anuncia el estreno de *Magnum P.I.*, desde el 15 de enero. Han pasado más de 20 años del último capítulo de la serie original policial *Magnum P.I.* Ahora, con Justin Lin (*Rápido y Furioso 5*) llega esta remake, una versión moderna de la serie



Otra novedad: la remake de *Magnum P.I.*

clásica centrada en Thomas Magnum, un antiguo SEAL de la Marina.

Finalmente, el 16 de enero se estrena la segunda temporada de *El Marginal*, la serie carcelaria de producción argentina creada por Underground. La segunda temporada está planteada como una precuela de la primera entrega, retrocediendo tres años al momento donde los hermanos Borges llegan al Penal de San Onofre y se ven envueltos en una guerra de poder.

"DON'T WAIT FOR THE RIGHT OPPORTUNITY, CREATE IT!"

**PROX TV**  
BRINDAMOS ENTRETENIMIENTO

Channels Distribution | Ad Sales | Business Development

crónica HD

CM  
EL CANAL DE LA MÚSICA



Contact: Javier Julio | javier.julio@proxtv.com.ar | +54 11 4770-9398

www.proxtv.com.ar



## Lamac: Éxito del Premium Video Advertising Summit en Miami

Más de 280 personas participaron en la primera convocatoria de Lamac a la Cumbre Publicitaria de Video Premium, que tuvo lugar en el Watsco Center de la Universidad de Miami, el pasado 14 de noviembre.

Henry Martínez, Chairman of the Board of Directors of Lamac, dijo: 'Vimos la necesidad de la industria de saber más sobre la evolución tecnológica y su impacto en la publicidad. Pensamos en crear este espacio para compartir conocimientos y experiencias y preparamos una actividad educativa y con valor profundo sobre la programación de alta calidad (Premium Video) y la integración de ella con la inversión publicitaria'.

En los paneles del Premium Video Advertising Summit, se discutieron temas como el contenido, la calidad, la transmisión de la pauta publicitaria y el contexto de adónde se expone, la intersección de la ciencia de los datos y la efectividad publicitaria, la creatividad para los anuncios publicitarios y la exhibición en media, y una visión de futuro con el Advanced Advertising.

Matt Schekner, Global CEO Advertising Week, y Sean Cunningham, Presidente & CEO VAB, coincidieron en que los players deben entender que cada día las personas consumen más tiempo frente a la pantalla

pero lo están haciendo de una manera más personal.

'El 87% del consumo de video se hace en Live advertising supporting TV, lo que nos indica que allí es donde está el consumidor y que hacia esa zona debe apuntar la publicidad, pero de manera personalizada', explicó Cunningham. 'No hay mejor combinación que Video Premium y publicidad en el marco de los temas que le importan a las personas: noticias y deportes, por ejemplo', agregó Schekner.

Juan Damia, CEO DBI Latin, remarcó: 'Las compañías son sistemas que tienen el objetivo de ganar dinero en el corto y largo plazo, lo que hay que tener claro es saber si la inversión que haremos va en ese sentido. Si, por ejemplo, el número de seguidores o las vistas de videos no responden a ese objetivo entonces tampoco tiene sentido tenerlas en la estrategia. Debemos hacernos las preguntas correctas antes de sentarnos frente a una plataforma de data'.

Ana Maria Olabuenaga, CEO Olabuenaga & Cuchi, afirmó: 'Casi el 50% de la publicidad actual es vista por bots no por seres humanos. Pero recordemos que los bots no compran cosas ni van al mercado, lo hacen las personas y a ellas sólo se llega desde la conexión emocional. La publicidad debe conectar el corazón de las marcas

con el corazón de su público, sólo así se concretarán las ventas que se necesitan', aseveró Olabuenaga e invitó a los publicistas presentes a buscar nuevos modelos de conexión emocional desde el video.

Otro concepto destacado fue que el contenido premium de video está llegando a otro nivel, el de la targetización; en



Henry Martínez, Chairman of the Board of Directors of Lamac

Estados Unidos ya es posible anunciar en espacios tan delimitados como un código postal o de acuerdo al horario preferido por el target elegido; la tecnología y la geolocalización vía IP permite ahora pensar en estrategias publicitarias que lucen quirúrgicas y efectivas.

### Reposicionamiento

Martínez explicó que la asociación ha decidido cambiar de la entidad que representa a ocho empresas de programación que a su vez son responsables de 56 señales de TV paga que se emiten en toda Latinoamérica. Así, Lamac pasó a ser Latin America Media Advertising Counselor, dejando de utilizar el término Multichannel en su denominación.

'Esto refleja que hoy en día, el contenido Premium que transmiten las empresas multimedios miembros de Lamac también se capitaliza en otras plataformas y maneras de distribuir. Viendo lo que pasa en la industria decidimos hacer un reposicionamiento'.

'Nos enfocamos en promover el concepto de Premium Video, que es la manera de diferenciarnos a través de la calidad, justamente de aquellas plataformas que se basan en el concepto del contenido generado por usuarios (User Generated Content). Buscamos transmitir otros valores de producción, guiones, actores, presentadores, productores, etc', agregó.



Matt Schekner, de Advertising Week, Sean Cunningham, de VAB, y Anna Carugati, de WSN

# Llega una nueva experiencia

# diboxGO

dibox

red Intercable



# CHILE MEDIA & CONTENT 2020

SAVE THE DATE

31 de Marzo y 1 de Abril de 2020  
Hotel Santiago By Mandarin  
Las Condes - Santiago

## ¿TE LO VAS A PERDER?

Chile Media & Content es el mercado local y regional de la TV paga y producción de contenidos que viene teniendo un crecimiento exponencial. Con la participación de los principales ejecutivos y tomadores de decisiones de las más importantes empresas de la industria audiovisual, Chile Media & Content 2020 es la cita ideal para hacer crecer su red de contactos, beneficiarse con los mejores negocios, ver los últimos lanzamientos y novedades en producción y contenidos y asistir a las más destacadas conferencias y workshops.

### PARTICIPAN:



UNA PRODUCCIÓN DE:  
**GRUPO ISOS**  
internacional

www.grupoisos.com

INSCRIBITE AHORA

CONTACTO POR INSCRIPCIONES:  
Tel: +598 2624 0465  
noel.cuello@grupoisos.net  
CONTACTO COMERCIAL:  
Tel: +598 2624 0465  
romina@grupoisos.net

¡LA FERIA DONDE LA CONVERGENCIA UNE A LATINOAMÉRICA CON EL MUNDO!

**EXP** LATINOAMÉRICA  
CARTAGENA, COLOMBIA

**ANDINA LINK 2020**  
CENTRO DE CONVENCIONES  
MARZO 3,4 y 5

CARA  
**A**  
CARA

ENTRE CABLEOPERADORAS E ISPS CON PROGRAMADORAS,  
DESEAS PARTICIPAR? LA GRAN OPORTUNIDAD

# IOT - SMARTCITIES

- \* Internet Service Provider (ISP - WISP) \* Telecomunicaciones
- \* Internet - IPTV \* Contenidos \* APPS - OTT \*
- \* Fibra Óptica \* HDTV \* Video On Demand
- \* Streaming \* Servicios N Play
- \* IOT Internet De Las Cosas

Rueda de Negocios  
de inversionistas en  
Telecomunicaciones **RuNIT**



Muestra Comercial



Foro FICA



Cursos de Actualización  
Certificados



Networking

Lucía Morales P.R Marketing Manager and Sales

Cel: (+57) 314 418 9661 | lucia@andinalink.com

/andinalink

tdcevents01

expoandinalink

cartagena.andinalink.com