

# BUYERS – CONCEPTOS & TENDENCIAS



**Mariano César,**  
CCO WBD

'Buscamos True Crime y lo diferente, lo novedoso, pero con la vara muy alta...lo de afuera tiene que superar lo nuestro, y es difícil con la estructura detrás'.



**Adrián Ortega Echegoyen,**  
CCO, TV Azteca

'Somos el canal + vivo de México, y el canal de los realities a la vez, en 6 de los 7 días de la semana. Ambos son los que permiten a la TV abierta diferenciarse. Buscamos lograr un mix justo con ficciones actuales, valientes, más deportes y noticias. La TV abierta tiene mucho futuro, contemplando local + internacional'.



**Eduardo Brandini,**  
head of TV,  
YouTube

'El 80% de nuestra audiencia tiene 18-25 años. El deporte por YouTube es una gran fuerza, que abre ventanas porque permite memes, vivos, round tables, derivar a todo tipo de productos. Se ve a solas y en grupo a la vez. Invitamos a la industria a llegar a más audiencias y generar más engagement con YouTube'.



**Dario Turovelzky,**  
EVP broadcast & studios,  
Paramount South

'Hay que revolucionar la industria, reunirnos los actores fuertes y encontrarle la vuelta. Sobre contenido y talento, se deben trabajar los formatos de negocio'.



**Manuel Belmar,**  
chief & CFO Globoplay

'Tenemos ya +100 títulos originales. En tiempos de tantas incertidumbres, es seguro que seguiremos invirtiendo en promover calidad y volumen de contenidos en la industria'.



**Brandon Brito,**  
content manager de  
AppleTV+

'Buscamos que nuestras series tengan calidad, muy cuidado storytelling y lleguen a audiencias muy amplias... en resumen, lo de los productos Apple llevado a contenidos'.

