

¿Qué están buscando los buyers latinos?



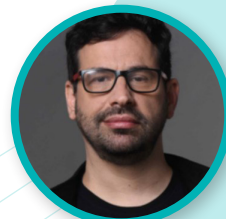
Mateus Pagani Muradian,
head of acquisitions, Amazon Prime Video

'Estamos buscando sobre todo oportunidades. Sobre material no tradicional, nos interesa complementar el nutrido deporte que incorporamos en México y Brasil, con ficciones bien de streamers. Se puede ganar audiencia joven y digital'.



Porfirio Rincón,
gerente de análisis y contenidos en Televisa Univisión

'Buscamos oportunidades de producción, más en esta nueva etapa donde hay sinergias entre los dos países. Tenemos más margen de maniobra que antes'.



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'.



Jorge Balleste,
director de Alianzas y Adquisiciones de Contenido en FutureToday/Fawesome (US hispanic)

'Estamos tras material de todo tipo, de novelas a realities, pero el unscripted está en alza dentro de nuestras prioridades'.



Guillermo Sierra
director general de TV y servicios digitales en HITN, USA

'Buscamos material Kids de todo tipo para Edye, en particular edutainment, y desde ya docs y factual, para nuestros canales'.



Karina Arbizu,
gerente de programación, TCS Salvador

'Buscamos formatos de daytime para abrir nuevos espacios de producción nacional'.



María Zuleta,
directora de programación en Caracol Colombia

'Estamos en busca de realities de todo tipo, menos convivencia, que consideramos ya muy usado'.



Jennifer Moscat,
directora de adquisiciones de contenido, DirecTV Latin America

'Buscamos buenos procedurals, un género que está de vuelta, y luego alguna comedia fresca, que sorprenda'.



Hortensia Montesino,
director de adquisiciones y programación en A+E

'Queremos aumentar nuestro surtido de scripted series, y luego docuseries, que son uno de nuestros fuertes. Hay que consolidar los segmentos donde uno hace diferencia'.



Mariano Mosca,
gerente de programación y desarrollos internacionales en Canal 4 Uruguay

'Buscamos formatos para producir y también promocionar nuestro nuevo hub de producción, traer proyectos de terceros desde el mundo al Uruguay. Estuvimos por primera vez en Mipcom para ello'.



Eduardo Fernández,
director de producción en Artear Argentina

'Este año estamos haciendo mucho foco en films para TV abierta y cable, más algún formato innovador tipo game show para producir'.



Eric Jürgensen,
gerente general y director de contenido y programación en Latina TV (Perú)

'Buscamos formatos y promover el hub de producción propio, que es una gran oportunidad para la región'.



Alex Pérez,
director de adquisiciones de contenido en Novazul Dominicana

'Sostenemos nuestra política de compras: películas y series sobre todo, más algunas novelas que sean interesantes'.



Marie Ileguizamo,
director general, Banijay México

'Nos interesa encontrar buenos docs y opciones de true crime, una tendencia fuerte que se mantiene'.



Luis Peraza,
fundador y director general de Pyrus (USA)

'Buscamos formatos para producir ficción y libretos, que nuestros partners sientan que refrescan sus pantallas'.



Eugenia Velez,
vicepresidenta de programación y marketing en RCN

'Nos interesa a nivel compras, producto unscripted como contrapeso de las series que producimos. En particular, Dating shows y también realities de aventura y supervivencia'.



Belén Herrera,
directora de programación en TVN Chile

'Nos interesan formatos de entretenimiento de alternativa, para sorprender a nuestra audiencia con cosas nuevas'.



Mercedes Feu,
director senior de adquisiciones para el Cono Sur en Telefé (Argentina)

'Estamos buscando formatos de entretenimiento para producir, big shows que llamen la atención, pero enlatados que nos sigan uniendola nuestra audiencia. Cuidamos ambos frentes'.