

## Noticias sobre TV Paga

### Viacom México celebró su upfront 2019

#### La compañía global de medios presentó en México sus novedades para MTV, Nickelodeon, Comedy Central y Paramount Channel

15/11/2018



Viacom International Media Networks (VIMN) México celebró ayer su Upfront 2019, donde presentó sus nuevos contenidos y primicias para 2019 de sus marcas globales: Comedy Central, MTV, Nickelodeon, Nick Jr., y Paramount Channel. La compañía global de entretenimiento reforzó su compromiso de seguir creando contenidos innovadores y de alta calidad, destacó la amplia y codiciada oferta de formatos y títulos internacionales de Viacom International Studios (VIS) y la poderosa oferta de eventos en vivo en México de las marcas de Viacom. El anuncio fue hecho por Eduardo Lebrija, Vicepresidente Senior y Director General VIMN Américas – México, Centroamérica y el Caribe.

Con la presencia de David Lynn, CEO de VIMN y Pierluigi Gazzolo, Presidente de VIMN Americas, Viacom presentó los excelentes resultados de 2018, que incluyen aumento de audiencia regional de 22% y del 5% en México; duplicó los video views digitales (vs 2017) y logró colocarse como # 1 en engagement en redes sociales gracias a las marcas MTV y Nickelodeon.

Para 2019, se confirmaron cerca de 1000 horas de producción original local producidas en América Latina para su portafolio de marcas que incluyen Comedy Central, MTV, Nickelodeon, Nick Jr., Paramount Channel, Telefe y Porta Dos Fondos.

Al respecto, Lebrija comentó: *“La amplia e innovadora oferta de contenido, experiencias y soluciones de marca que revelamos hoy es sólo una probada del poder que Viacom trae para cada pantalla y plataforma en 2019. Contamos con 7 marcas de relevancia global, 14 estudios de producción en la región y cientos de horas del contenido más innovador, emocionante y buscado por fans apasionados de todas las edades – lo que convierte a Viacom en una única parada para clientes y audiencias”.*

El Upfront contó con la actuación musical de Café Tacvba, y durante se reveló que serán la próxima banda en grabar un especial MTV Unplugged, en la primera mitad de 2019. La legendaria banda de rock mexicana que celebrará 30 años de carrera musical en 2019, será los primeros en la historia de la franquicia en hacer un segundo especial MTV Unplugged, después del material de culto para fans y aclamado por los críticos de 1995.

Adicionalmente, MTV confirmó 335 nuevas horas de contenido local e internacional e importantes novedades para 2019 como: La producción de la sexta temporada del reality show # 1 de la TV de paga en México, Acapulco Shore; MTV presentará en febrero la primera edición de MTV Emergente, la nueva iniciativa para descubrir e impulsar talentos jóvenes en la música y contenido digital; por último, MTV confirmó que la premiación juvenil más importante de América Latina, los Premios MTV MIAW, regresan en 2019 con su séptima edición y la más ambiciosa hasta la fecha. Otros títulos internacionales que debutarán en MTV incluyen Lohan Beach Club, el esperado nuevo reality show de Lindsay Lohan grabado en Mykonos, además de nuevas entregas de Just Tattoo Of Us, Ex On The Beach, MTV Movie & TV Awards, MTV Video Music Awards y MTV EMA.

Después de un crecimiento sostenido durante todo el año, MTV celebró que en octubre registró el mayor nivel de audiencia del año para México, Argentina y Brasil. En México, aumentó su desempeño 51% respecto al promedio del año anterior para colocarse como el canal # 8 entre la audiencia juvenil 18-24 años. Además, tuvo en 2018 su mejor trimestre en 5 años (abr-jun) y celebró que su nuevo reality show La Venganza de los Ex fue el mayor éxito de rating en el año para MTV en México después de Acapulco Shore, ya que superó 193% el promedio del canal en el demo 18-24.

Nickelodeon confirmó cerca de 500 horas de contenido para 2019, incluyendo nuevos episodios y temporadas de sus exitosas

animaciones: Bob Esponja - el cual celebra 20 años, The Loud House, el Ascenso de las Tortugas Ninja; nuevas series de acción en vivo Cousins for Life y Bureau of Magical Things; y producciones originales como la súper producción Club 57, una ambiciosa serie musical con viajes en el tiempo que actualmente se graba entre Miami e Italia y la segunda entrega de la exitosa telenovela musical Kally's Mash-Up, en conjunto con 360 Powwow y el productor musical de Glee, Adam Anders. Además, en 2019, regresarán la premiación más esperada por los chicos, los Kids' Choice Awards México para su 10ª edición anual en el país.

Nick Jr., el lugar de los contenidos educativos más divertido, no se queda atrás con un fuerte line-up de nuevas series para los preescolares como Butterbean Café y Abby Hatcher, además de nuevas temporadas de los hits Paw Patrol, Nella, Una Princesa Valiente, Sunny Day y Top Wing, entre muchos más.

Con más de 200 horas de nueva programación planeadas para 2019, Comedy Central traerá nuevas entregas de sus codiciadas franquicias Comedy Central Stand-Up y La Culpa es de Cortés. Asimismo, se producirán más temporadas de Bar Central, donde un anfitrión recibe a varios 'standuperos' en un bar todas las semanas para conversar sobre diferentes temas cotidianos en un tono humorístico, y un nuevo show original de sketches. Para complementar su contenido original, el canal continuará presentando exitosas series y adquisiciones como Everybody Hates Chris, Key & Peele, Los Goldberg y South Park, entre otras.

Comparando su performance de enero-oct 2018 vs. enero-oct 2017 en México, Comedy Central creció en un 31% en ratings y 25% en share en el demo de 25-49 años. Este aumento en audiencia ayudó a la marca a subir 10 posiciones en el ranking de TV paga para ubicarse en el lugar #16 (sin infantiles). El canal también observó un crecimiento en sus plataformas sociales: Aumento de 23% en Twitter, 35% en Instagram y 57% en YouTube. Con respecto a la aplicación móvil, Comedy Central Play, la misma ya cuenta con 1.6 millones de descargas y en comparación al año pasado, los video views aumentaron en doble dígito.

El canal de entretenimiento Paramount Channel también continúa expandiendo su audiencia en México. Este año, el canal reportó un crecimiento de doble dígito en el demo de 35+ en el país, tanto en ratings como en share. En 2019, presentará para su creciente audiencia éxitos del 'box office' como White House Down, The Girl with the Dragon Tattoo, American Hustle y The Book of Eli, entre otras, y continuará incorporando series de renombre a su oferta de programación.

Entre ellas sobresalen Sherlock (que estrenó en el canal este noviembre), y las aclamadas por la crítica The Handmaid's Tale y Killing Eve, que se emitirá por primera vez y en exclusiva por Paramount Channel en los países de habla hispana de la región a principios de 2019. Estrenada en BBC América en abril de este año, la serie Killing Eve ya ha hecho historia con su protagonista, Sandra Oh, en convertirse en la primera actriz asiática en ser nominada en la categoría de Mejor Actriz de Drama, en los 70 años de los premios Emmy®. Adicionalmente, la serie fue nominada en la categoría de Mejor Guion – Serie Dramática. El canal también continuará con Destinos Paramount, sus bloques temáticos que se ofrecen a diario e incluyen categorías como Súper Estreno Paramount, durante el que se estrena una película por primera vez en el canal, y Estudio Paramount, entre otras.

En 2019, Paramount Channel ofrecerá más de 1,200 horas de contenido a su audiencia de ocho millones de hogares de televisión de paga en México y más de 29 millones a través de la región. Asimismo, le continúa brindando a los fans del entretenimiento un espacio donde pueden disfrutar de películas icónicas de una importante variedad de géneros incluyendo romance, comedia, drama, aventura y ciencia ficción, además de un repertorio de las series más aclamadas.