



▶ 29 Abril, 2016

LANZAMIENTO AUMENTA LA OFERTA DE CONTENIDOS TELEVISIVOS

NUEVOS CANALES EN EL LÍMITE

Ten, DKiss y Real Madrid TV inician sus emisiones en abierto en la TDT el último día del plazo legal establecido por la adjudicación del Gobierno y completando el mapa tras la llegada de Be Mad y Atreseries y la reubicación de 13TV

DAVID SANZ EZQUERRO MADRID
 Tres nuevos canales sumaron ayer sus emisiones a la oferta en abierto de la Televisión Digital Terrestre (TDT), culminando el proceso de adjudicación de las licencias otorgadas por el Gobierno en octubre de 2015. Ten (Grupo Secuoya), DKiss y Real Madrid TV comenzaron de esta forma sus emisiones definitivas en el último día de límite legal que tenían para hacerlo (seis meses después de la resolución del concurso).

Las cadenas que debutaron ayer en la TDT se suman a Be Mad (Mediaset), que se puso en marcha el pasado 21 de abril, y a Atreseries (Atresmedia) que inició su camino en diciembre de 2015, inaugurando su emisión con mucha más antelación que sus compañeras. El mapa derivado de la última adjudicación contempla también el cambio de frecuencia de 13TV, que resultó beneficiaria de otra de las concesiones del Gobierno.

El hueco que deja 13TV, cadena que en los últimos años ha emitido en una frecuencia de Unidad Editorial, dará paso a un nuevo canal deportivo en abierto que estará a cargo de Mediapro y del cual todavía no hay fecha fijada para el inicio de sus emisiones.

El Consejo de Ministros aprobó el 16 de octubre del pasado año la adjudicación de los seis nuevos canales, tres de ellos en alta definición (HD) que fueron concedidos a Atresmedia, Mediaset y Real Madrid TV. Los otros tres, de definición estándar, quedaron en manos del Grupo Secuoya, 13TV y Radio Blanca (Kiss Media). De los candidatos que aspiraban a conseguir una licencia y que habían pasado el corte inicial quedaron finalmente fuera del reparto Prisa, Vocento y El Corte Inglés.

La Asociación Española de Anunciantes (AEA) presentó el pasado 26 de enero un recurso contra la adjudicación ante el Tribunal Supremo, alegando la «excesiva concentración» de la oferta de TDT en dos grupos: Mediaset y Atresmedia, que con la nueva situación poseen siete y seis cadenas, respectivamente. También Prisa denunció ante la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) el reparto.

El concurso para las recién estrenadas licencias de TDT se puso en marcha tras la liberalización del dividendo digital, en marzo de 2015, y conllevó la migración de todas las cadenas de televisión hacia nuevas bandas del espectro radioeléctrico para dejar libres las que ocupaban hasta entonces, en beneficio de las operadoras de telefonía para explorar el uso de la tecnología 4G.



'Hoteles de cero estrellas'. GRUPO SECUOYA

TEN: 'PRIME TIME' ADELANTADO

El canal del Grupo Secuoya se centra en contenidos del género *factual*, el entretenimiento, el humor y el *reality*. No ofrece informativos al uso, pero sí espacios de *breaking news*, en los que recoge noticias destacadas de forma breve, con especial atención a las áreas de sociedad, medio ambiente, calidad de vida, salud y cultura. Tampoco tiene en su parrilla deporte, cine, series ni

política. Una de sus señas de identidad es el adelanto del *prime time* a las 20.30 horas. Entre sus programas están *Hoteles de cero estrellas*, *Efecto Carbonaro*, *72 horas* o el espacio documental *Los años que vivimos peligrosamente*. La presentadora Martina Klein, el músico Carlos Jean y el deportista Josef Ajram ejercen como embajadores de sus contenidos.



'La ciencia a tus pies'. MEDIASET

BE MAD: LO QUE LES GUSTA A LOS HOMBRES

La nómina de canales de Mediaset se amplió el pasado 21 de abril con este nuevo miembro que emite en alta definición (HD) y que está dirigido a un público masculino, urbano, de 16 a 44 años, principalmente. Aventura, ciencia, historia, gastronomía, naturaleza y misterio son algunos de los contenidos troncales de su parrilla, que incorpora más de 20 formatos de estreno. Iker Jiménez

y Jesús Calleja actúan como prescriptores de contenidos y un perro *bulldog* sirve como marca del canal. Espacios divulgativos, *factuals* y *docurrealities* sobre tecnología, música o redes sociales aparecen en su parrilla, en la que también tiene cabida el cine. *Atracciones increíbles*, *Los reyes de la madera*, *Tragones*, *La ciencia a tus pies* o *The Amazing Race* figuran en su catálogo.



'Sí, quiero ese vestido'. KISS MEDIA

DKISS: OTRA MIRADA FEMENINA

Cocina, moda, familia, bodas, relaciones, investigación y culturas alternativas son los ejes sobre los que pivota el canal del grupo Kiss Media, que está dirigido esencialmente a un público femenino. Aunque comenzó ayer sus emisiones continuas, su puesta de largo está convocada para el próximo 19 de mayo. Discovery Networks es su proveedor de contenidos de

referencia, entre los que destacan espacios del género *factual* y los documentales. Su apuesta también incluye programas de producción propia. La música, una de las señas de identidad del grupo, también tiene hueco en la parrilla de la cadena. *Crímenes en la red*, *iSí, quiero ese vestido!*, *Tu pastelería al rescate* o *90 días para casarte* son algunos de los títulos con los que debuta.



Un entrenamiento del Real Madrid. EFE

REAL MADRID TV: DEL PAGO, AL ABIERTO

Real Madrid TV afronta desde ayer una nueva etapa con dos cambios importantes: pasa a emitirse en abierto y en alta definición (HD). La base del proyecto es la misma que tenía en las plataformas de pago donde estaba alojado hasta ahora, aunque desde el canal aseguran que pronto habrá novedades. Todos sus contenidos giran en torno al club que preside

Florentino Pérez. Informativos sobre la actualidad de la entidad, tertulias, entrevistas, magazines, así como partidos de fútbol en directo de equipos de la cantera, además de encuentros repetidos del primer equipo, salpican su parrilla, en la que también se atiende a los entrenamientos y a las ruedas de prensa. La sección de baloncesto cuenta asimismo con programas propios.