



Mexicana Mórvido TV alista primera multiplataforma de terror y fantasía desde Chile para Latinoamérica

■ Tras recibir fondos de Screen Capital, lanzará en septiembre Umbra, un hub de contenidos que reúne TV, series y películas bajo demanda, además de podcast y audiolibros.

POR MARCO ZECCHETTO

Con el fin de impulsar una industria regional de contenidos de terror y fantasía, la mexicana Versatile Communications -firma detrás de Mórvido TV- propuso a la firma chilena de inversión especializada en entretenimiento y cine, Screen Capital, una alianza para desarrollar una multiplataforma de contenidos en torno a estos géneros.

A través de Screen II, fondo apalancado con recursos de Corfo y lanzado en 2023 con foco en la intersección entre entretenimiento

y tecnología, Screen Capital invirtió US\$ 2,5 millones para el desarrollo de Umbra, un hub de contenidos de nicho de terror y fantasía, que será gestionada desde Chile para todo el mercado latinoamericano.

El CEO de Versatile Communications Inc., Eduardo Caso, explicó que la inyección de capital estará enfocada en el desarrollo tecnológico de la plataforma, además de talento, licencias de contenido, marketing y distribución.

“La idea es transformar Umbra en un hub regional que estará disponible para fines de agosto o

principios de septiembre”, dijo.

La alianza dio paso a la creación de la empresa subsidiaria Mórvido TV Entertainment SpA, con base en Chile, que será el centro de operaciones para el desarrollo de talento y contenido, y expansión de la plataforma en la región.

La nueva firma dependerá de Versatile Communications Inc., cuyo directorio quedó integrado por Caso, el *managing partner* de Screen Capital, Edgar Spielmann, y el argentino Pablo Mancuso, como director independiente.

Contenidos

La aplicación integrará contenidos gratuitos como un canal de televisión y video bajo demanda con publicidad; un modelo por suscripción que integra video bajo demanda y el canal Mórvido TV con contenido de terror 24 horas -que hoy está disponible en más de seis millones de hogares en la región-; además de podcasts y audiolibros.

Caso comentó que, en esta etapa

inicial, el catálogo de Umbra contemplará producciones originales y licenciadas. En la sección gratuita, habrá 100 horas de contenido en el canal y 10 películas mensuales, en tanto, la de pago por suscripción, tendrá 20 filmes y 700 horas al año en Mórvido TV.

Caso comentó que Umbra busca mostrar la diversidad del género, incluyendo subgéneros que van desde vampiros, zombies, hombres lobos, posesiones, clásicos del cine de terror internacional, hasta anime. Se enfocarán principalmente en contenido subtítulo, debido a que “cuando haces el doblaje pierdes más del 30% o 40% del sonido ambiental. Y en el terror eso es gravísimo, porque es lo que te genera el ambiente”.

Explicó que el terror es el “género que más subgéneros tiene, y estamos tratando de mostrarle a la gente que sí les gusta el terror, pero no lo saben, que puedan descubrirlo”, y que la vinculación con alianzas como el Festival Internacional de Cine Fantástico y de Terror Mórvido y el Pabellón Fantástico del Marché du Film de Cannes, contribuirán a consolidar el ecosistema digital.

Por otro lado, Caso adelantó que entre los materiales originales, tendrán un formato de audiolibro basado en guiones cinematográficos que no alcanzaron la gran pantalla.

“Vamos a tener un área que se va a llamar ‘Escucha la película que nunca has visto’. Hay muchos guiones que no se hacen por costo o una serie de factores, pero que son buenos. Lo vas a poder escuchar como si fuera un libro”, dijo.

Distribución flexible

Spielmann, de Screen Capital, señaló que la inversión en Umbra responde al vacío en la oferta masiva de contenido fantástico y de terror de calidad en la región, y a la alta fidelidad y permanencia de las audiencias en este género.

“Aquí se va a poner el esfuerzo en un solo destino, donde el consumidor va a poder consumir lo que quiera, como quiera (...) Está todo en un solo lugar”, afirmó.

La estrategia de Umbra contempla una distribución flexible a través de distintos canales digitales y que están comenzando la “operación de extensión” con socios tecnológicos.

“La aplicación puede ser distribuida directo al consumidor a través de las tiendas, como Google Play o App Store, pero también hay estrategias con *partners* como operadores de televisión de pago, empresas de telecomunicaciones y retailers”, explicó Spielmann.

Caso añadió que el foco para este año estará puesto en Chile, Argentina, Colombia, México y Perú, debido a la familiaridad cultural con las narrativas del género.



Joyce Zylberberg, Edgar Spielmann y Tatiana Emden, de Screen Capital.

US\$ 2,5 MILLONES LEVANTÓ VERSATILE COMMUNICATIONS CON SCREEN CAPITAL.