



Asociación Argentina de Televisión por Cable



**Jornadas
Internacionales:**
Un hito para
América Latina

**Eventos de la
Industria:**
Llegan NAB
y APTC

Entrevistas:
ASOTEL
(Venezuela)
CRC (Colombia)



HAY SEÑALES QUE SE SIENTEN

Primera productora de Argentina
en generar Contenidos en Alta Definición.



artear

Más contenidos, más calidad.



Av. de Mayo 749 – 5° P. Of. 31
C1084AAC - Bs. As. - Argentina

Tels: 54 - 11 - 4342 - 3362
54 - 11 - 4345 - 5074
54 - 11 - 4345 - 5075
Fax: 54 - 11 - 4343 - 1716

E-mail: atvc@atvc.org.ar
Web: www.atvc.org.ar
www.atvc.org

Presidente:
Walter Burzaco

Vicepresidente 1°:
Ricardo Masini

Vicepresidente 2°:
Armando Ametrano

Secretario General:
Hernán Verdaguer

Pro-Secretario:
Ángel Cadelli

Tesorero:
Daniel Celentano

Pro-Tesorero:
Oscar González

Vocales Titulares
Héctor Delloni
Jorge Olocco
Lucio Gamaleri
José A. Ponzoni
Roberto Ferraris
Eduardo Uría
Fabián Di Cicco
Federico Formelli
Horacio Luis

Vocales Suplentes
Alberto Genovese
José González
Mario Carlini
Raúl Suárez

Revisores de Cuentas
Roberto Argaña
Jorgelina Ventura
Mario Beorda

ATVC es miembro de:
NATPE - NCTA - PROMAX
SCTE - TEPAL - CEMCI



Mensaje del Presidente

Rápidamente vamos yendo desde aquel tan publicitado eslogan usado como excusa (falsa) para validar la Ley de Medios –“todas las voces”– hacia el reino del revés, donde se pretende darles prioridad a los productores de contenidos que tienen llegada a las autoridades, privilegiando la uniformidad y dejando de lado la pluralidad.

En efecto, la ley dice que los Cables deben incluir en su grilla las señales de aire locales y las que emita el Estado; y que el operador debe ordenar las señales de un mismo género en forma correlativa.

El decreto que reglamenta esta ley destaca ciertas prioridades a distintos géneros de programación, pero avanza más allá de la ley en cuanto a la discrecionalidad que puede tener la autoridad para establecer los criterios del agrupamiento temático.

Ya cuando llegamos a las resoluciones, en un flagrante exceso reglamentario, nos hemos olvidado de la ley. La primera de ellas, no tiene más argumento que considerar “que resulta necesario” establecer tal o cual orden en la grilla de los Cables y obliga a insertar contenidos que no están en la ley, que son además señales comerciales.

Las resoluciones que le siguieron ya no sólo olvidan la ley y su reglamentación, sino también se aventuran en adjudicar ciertos géneros de programación a señales que claramente no los integran, ni sus productores las venden como tales en el mercado comercial.

En pocas palabras: “*hacete amigo del juez*”, diría un moderno Martín Fierro, y te va a acomodar en la grilla aunque tengas una señal que no tiene éxito de visionado en el público, que no pudiste comercializar y que además no corresponde al género que le quiere inventar la autoridad.

Esto ha venido ocurriendo en los últimos meses. Es así que alegremente se aprueba la incorporación de tres señales, las cuáles no tienen nada que ver con el rubro de programación que forzosamente se les pretende adjudicar, a los efectos de generar alguna obligación a los Cables para que las incluyan en sus grillas.

Claramente estamos ante una creciente injerencia en nuestra programación. Lo que implica una intervención en la libertad de elección de contenidos y de oferta de los mismos, que los más de 700 Cables debemos hacer respetar como la esencia de nuestro servicio.

Muchos de los Cables que hoy brindan programación a los hogares en todo el país, de prolongada trayectoria, han sido pioneros que federalizaron la televisión argentina y que cumplen una función social y cultural indiscutible. Por eso, este tipo de manipulación de los contenidos es también un acto de avasallamiento al federalismo y a las identidades locales, además de ser una ilegal intromisión en los negocios que busca favorecer a ciertos privilegiados.



Jornadas Internacionales 2013: un hito para América Latina



“GRACIAS AL APOYO DE LA INDUSTRIA, QUE PESE A LAS DIFICULTADES APUESTA Y PARTICIPA, JORNADAS INTERNACIONALES SE CONVIRTIÓ EN UN HITO PARA AMÉRICA LATINA”, AFIRMÓ EL TITULAR DE ATVC, EN EL ACTO DE ADJUDICACIÓN DE STANDS.

Walter Burzaco, Presidente de ATVC, estuvo presente en el Acto de Adjudicación de stands para las 23° Jornadas Internacionales que organizan la Asociación Argentina de Televisión por Cable y la Cámara Argentina de Productores y Programadores de Señales Audiovisuales (CAPPSPA), que se realizarán los días 25,26 y 27 de septiembre de 2013 en el Hilton Hotel de Buenos Aires.

Fue en esa ocasión que agradeció *“el apoyo de la Industria, que pese a las dificultades apuesta y participa, Jornadas Internacionales se convirtió en un hito para América Latina”*. Walter Burzaco y Eduardo Suárez, gerente general de CAPPSPA, destacaron la vigencia de Jornadas Internacionales a través del tiempo como el más importante lugar de reunión de la industria de la televisión por cable, y que año a año brinda nuevos espacios y servicios.

Burzaco hizo referencia a los 50 años que cumple la Industria y adelantó que esto también será un motivo de celebración, que no sólo se recordará durante los días de Jornadas, sino que se realizarán también otros actos federales a lo largo del país con cableoperadores del interior.

Suárez acompañó las palabras del presidente de ATVC y destacó que *“Jornadas Internacionales, es uno de los ámbitos más importantes, donde las empresas de programación, equipamiento y servicios nos reunimos*

para presentar los últimos adelantos tecnológicos, para aprender, discutir y enriquecemos entre todos”.

Este año, el esquema de la convención incluye el tradicional capítulo de conferencias académicas, conferencias técnicas, workshops de expositores y Día del Cable y la Educación, además de la exposición comercial. También estará la conferencia que anualmente presenta la SCTE (Society of Cable Telecommunications/USA).



Escribana Valeria Ceibane, Laura Antoniazzo, Eduardo Suárez y Walter Burzaco



JORNADAS INTERNACIONALES 2013

25, 26 y 27 de Septiembre
Hilton Buenos Aires
Argentina

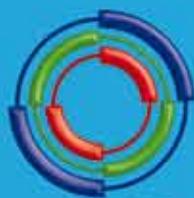
El gran encuentro anual que reúne a la industria de la TV por Cable de Argentina, Latinoamérica, Estados Unidos, Europa y Asia.

Las Jornadas son el ámbito propicio para conocer las últimas novedades del sector, visitar una completa exposición comercial y participar de conferencias técnicas y de interés general.



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

www.atvc.org.ar
+5411 4342 3362
+5411 4345 5074/5



cappsa

www.capps.org
+5411 4374 6932
+5411 4374 6982

El Cable en Argentina: 50 años de sueños hechos realidad

NACIDA CON ESFUERZO Y AUSTERIDAD HACE CINCO DÉCADAS, NUESTRA INDUSTRIA COMENZÓ LLEVANDO LA TELEVISIÓN A DONDE NO PODÍA VERSE Y ACTUALMENTE LLEVA LA BANDA ANCHA A AQUELLOS PUEBLOS DONDE NADIE QUIERE INVERTIR POR LA “MASA CRÍTICA”.

Corría el año 1963, nuestro país era presidido por el Dr. Arturo Umberto Illia, símbolo de austeridad, república, pluralismo, libertades democráticas y honestidad. Un hombre que luego de ser derrocado por las fuerzas del autoritarismo, recurrentes, se subió a un taxi para irse a su casa. Días después, devolvió una suma de dinero correspondiente a viáticos de Presidente de la Nación. Murió austero y con respeto, recordado con asombro como ejemplo. Se enfrentó a corporaciones en serio, pero por justicia y no por discurso, por la Nación, lejos de la perpetuación de un poder que logró con un 25% de los votos y trató con un respeto reverencial a aquellos ciudadanos cuyo voto estaba inhibido por la proscripción del peronismo de participar en los sufragios. Éramos una democracia cautiva de poderes, liderada por un demócrata que no se amilanó en reconocer la legitimidad de todos.

En esos años, a doce años de la primera transmisión de la televisión abierta, del canal 7, en 1951, creación del peronismo a instancias de la Señora Eva Perón, surgió la Televisión por Cable. Una parábola, una metáfora, una paradoja. Una industria que nació austera, con esfuerzo propio, de pioneros, con tecnología experimental, abocada a darle a la ciudadanía acceso a la comunicación en los rincones del país donde no llegaba la televisión del Estado.

Un esfuerzo de privados en pos del bien común, surge bajo el gobierno de un hombre con cuyo espíritu tiene mucho que ver. La historia, la génesis de las naciones, de las sociedades, de todos los cuerpos colectivos, tienen huellas de nacimiento que hacen su identidad. El Cable tiene marcado a fuego eso: la pluralidad, el rol social, el crecer del interior hacia el centro, el nacer de una necesidad de todos con esfuerzo de pocos. De ser desconocido por décadas, hasta mediados de los ochenta,

casi fines, cuando se convierte en un servicio agregado, era la opción única.

Pero su espíritu prevaleció: el empuje lo llevó a ser el que colocó la banda ancha en el interior del interior, el que produce los contenidos en los pueblos, el que refleja las comunidades, el que reafirma la identidad e integra las culturas. La barrera para que nuestras fronteras tengan contenidos propios. El Cable es comunicación, información, sociedad del conocimiento, diversidad, un espacio de todos y para todos.

Más de 600 señales locales, más de 1000 productoras. El federalismo republicano hecho carne. El 32% de la banda ancha existente es del cable, y está donde no

va nadie, donde nadie quiere invertir. En aquellos pueblos donde nadie quiere invertir por la “masa crítica”, pero lo hacemos porque somos parte de esos pueblos.

Nacimos en el 63, al amparo del Gobierno de Don Arturo, y tenemos mucho de aquello. Nacimos porque quisimos hacer algo, no hacer un negocio. Hoy festejamos 50 años de sueños, pero no estamos viejos, estamos más jóvenes, potentes, vigorosos, unidos, esperanzados que nunca, porque como dijo Shakespeare *“Un hombre que no se alimenta de sus sueños envejece pronto”*. Y nosotros vivimos de ellos y los transformamos en hechos. Este año festejamos el primer medio siglo de sueños hechos realidad.





ESTAMOS
DONDE
TU ESTAS

HBO GO ofrece la programación exclusiva de **HBO**, sin costo adicional, donde quiera que el suscriptor se encuentre, a sólo un click.

HBO GO

ES HBO DONDE QUIERAS.

HBOGOLA.COM

HBO GOSM está disponible únicamente en algunas zonas de América Latina que disponen de una determinada conexión de banda ancha de alta velocidad o wi-fi. Para poder visualizar la programación en las computadoras, se requiere una conexión mínima de 500 kbps. ©2013 Home Box Office, Inc. Todos los derechos están reservados. **HBO**® y todas las marcas de canales y servicios relacionados son propiedad de Home Box Office Inc. Servicio disponible para suscriptores del paquete **HBO MAX** y dependiendo de la disponibilidad del servicio a través de su operador. Pueden aplicar ciertas restricciones.



NAB 2013: Dentro del cambiante universo de los medios

EL EVENTO PROMETE ABARCAR LA EVOLUCIÓN CONSTANTE DE LA QUE FORMAN PARTE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL AVANCE TECNOLÓGICO QUE MUTA DE MANERA CONTINUA Y QUE SE VERÁ EN ESTA EXPOSICIÓN.

De acuerdo con las expectativas que se trazan los organizadores, durante esta nueva edición de NAB se espera la presencia de 60 delegaciones internacionales, de las que un tercio de ellas vendrán desde Latinoamérica y una de las más numerosas será la que proviene de la Argentina. Se espera que la concurrencia supere los 90 mil visitantes.

El show promete reflejar tanto en sus conferencias como en la exposición comercial el universo cambiante de los medios de comunicación y del entretenimiento, que origina una evolución constante de las tecnologías que dotan de

nuevas capacidades y posibilidades y que, a la vez, obligan a mutar los recursos para optimizar los servicios que se entregan. También esto promueve la modificación de la producción y difusión de los contenidos.

El propósito que se plantea NAB 2013 es reflejar todo lo que implica el uso de las múltiples plataformas, los flujos de trabajo, los modelos de negocios, y la creciente trascendencia que cobran la movilidad, la personalización del consumo audiovisual y la interactividad.

NAB presentará espacios como el Universo de medios conectados

(dedicado a tecnologías fijas y móviles, nubes, dispositivos y contenidos); Mercado de contenidos (dedicado a los comercializadores de contenidos); La experiencia de los medios y entretenimiento hogareños de la próxima generación.

Además contará con atracciones como Zona tecnológica del ATSC, Pabellón de Cloud Computing; Pabellones internacionales, Pabellón de televisión móvil, Parque del futuro del programa NAB Labs y Galería del inicio. Como es tradicional, en NAB 2013 las principales compañías de tecnología de la industria lanzarán sus novedades para este año.

V Cumbre APTC: “Esta nueva edición será un éxito más”



ES LA EXPECTATIVA QUE SE TRAZA OVIDIO RUEDA, PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN PERUANA DE TELEVISIÓN POR CABLE, ANTE EL SHOW QUE SE DESARROLLARÁ EN TARAPOTO, EL 25 Y 26 DE ABRIL.



Ovidio Rueda,
Presidente de APTC

Con el formato que impuso desde su primera edición (conferencias y charlas técnicas durante la mañana y show comercial por la tarde) la V Cumbre de APTC promete alcanzar el balance positivo que se logró en sus antecesoras. Esta vez el show se desarrollará en Tarapoto, departamento de San Martín, Perú, y es algo que forma parte de la estrategia de la APTC: además de

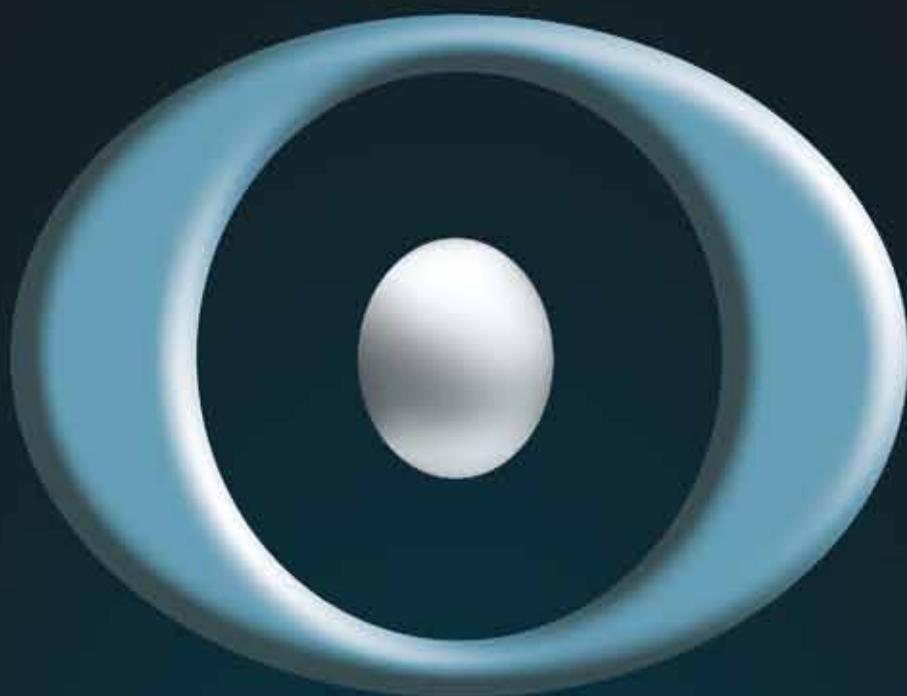
promover el evento de telecomunicaciones más importante del Perú, recorrer distintas ciudades de este país, para dar a conocer sus lugares y costumbres.

“Estamos muy satisfechos con lo que cosechamos en lo previo a la V Cumbre APTC -expresó Ovidio Rueda, presidente de APTC-. Como en las cumbres anteriores, fueron muchas las empresas que nos han respaldado y que participaron del encuentro seguros de encontrarse con los operadores que están tratando de llevar adelante la modernización y actualización de sus operaciones”.

Al ser consultado sobre cuáles son los principales temas que enfrenta las telecomunicaciones por cable en Perú, Rueda expresó que *“la piratería es uno de los más importantes ya que se están realizando acciones para desactivar toda*

forma clandestina de recibir TV paga y dentro de este movimiento, tenemos que considerar que el aval que recibimos de las autoridades es muy importante. Por otro lado, el mayor desafío que tenemos es encaminarnos definitivamente por la senda de la digitalización de nuestras redes que nos permitirá llegar con mejores servicios a nuestros adherentes”.

Al referirse a la actualidad del negocio de la TV paga en Perú, Rueda señaló que *“estamos en un momento muy importante porque debemos llevar adelante acciones e inversiones que nos permitan mejorar y adaptar nuestras operaciones para competir en las mejores condiciones ante los grandes operadores. Estoy seguro de que a este reto lo superaremos y entregaremos cada día más y mejores servicios”.*



Comienza a vernos
DIFERENTE



chellolatinamerica
a Chellomedia company

chellolatam.com



Andina Link revalidó su vigencia con una edición exitosa

EL IMPULSO QUE COBRA LA TV PAGA EN COLOMBIA FUE EL EJE DE UN SHOW QUE CUMPLIÓ LARGAMENTE CON LAS EXPECTATIVAS DE ORGANIZADORES Y VISITANTES.



Juan R. García Bish, Juan Alberto Vélez Vila de Universidad de Antioquía, Luz Marina Arango, Carlos Filippi de Sicom Paraguay, Santiago Vázquez de Setic Paraguay, e Iván Sánchez Medina de CRC

La industria de la TV paga en Colombia entró en tiempos de reacomodamientos: por un lado está la apertura propiciada por la Autoridad Nacional de Televisión que permitió la inscripción de dieciocho nuevos concesionarios (nueve de ellos totalmente nuevos en este segmento de las telecomunicaciones) para operar en territorios donde aún el servicio no tenía cobertura; además, la posibilidad de que las comunitarias que cuentan con setecientas operaciones en este país migren su condición a operadores de TV paga y la creación de una nueva entidad como Asotic, que camino a cumplir su primer año de existencia motoriza la búsqueda de soluciones para la problemática de los cableoperadores, son los principales impulsores de este movimiento.

También se debe considerar las iniciativas gubernamentales en materia de generar conectividad en todo el país y que va dentro del plan Colombia Vive Digital, cuyo objetivo es llegar a más de ocho millones de conexiones cuando finalice el mandato del presidente Juan Manuel Santos y que ronda ya los cinco millones. Ese es uno de los potenciadores de las inversiones en sector. Por último, no se puede pasar por alto la alianza que están tratando de concretar Millicom (Tigo) y EPM Une y que, según están hoy las negociaciones, se anunciaría antes de fines del primer trimestre del año. Esto se convierte en un nuevo suceso dentro de la concentración de operadores en las telecomunicaciones. Este acuerdo aunque aún está pendiente, ya cuenta con el visto bueno de las autoridades regulatorias, que por un lado tratan de promover la competencia en el sector y que, por el otro, sostienen que no ven aristas monopólicas en esta alianza entre operadores que participan en distintos segmentos de las telecomunicaciones.

Todos estos elementos fueron los que nutrieron la nueva edición de Andina Link, el tradicional show que se realiza en la cálida Cartagena. La dinámica de negocios que se advierte en las

“La industria en Colombia está cambiando y eso se ve muy bien”



Luz Marina Arango, presidenta de Andina Link, describe que el saldo del show fue exitoso y vislumbra que ante el escenario de cambio en la industria de TV paga en Colombia es una buena señal.

“El balance es muy positivo gracias a Dios, al equipo que tenemos y al trabajo de estos 19 años. Gracias a todo esto tenemos un saldo muy positivo

que se vale de la retroalimentación que nos dan los expositores, que están todos contentos y están satisfechos por el resultado del evento”, expresó la organizadora de la expo convención.

Al referirse a la situación que vive el negocio de la TV paga en Colombia, Arango expresa que *“hay un movimiento de*

mucha gente que estuvo en la TV cable que está volviendo porque se tiene la expectativa para que se abran nuevas licencias, cosa que creo que es muy positiva para la industria. Por un lado los grandes llegan y se quedan en las grandes ciudades y los nuevos cableoperadores llegan a poblaciones pequeñas para atender a usuarios que no tienen acceso a los grandes servicios. Además, los nuevos cableoperadores, llegan ahora con redes muchísimo más profesionales, digitalizadas. Es algo muy positivo para la industria en Colombia”.

Por último, Arango se refirió a Andina Link Centroamérica, *“que se realiza en un mercado pequeño, una zona con mucha pobreza, pero seguimos aportando nuestro granito de arena. No es algo fácil de llevar adelante porque reúne a culturas diferentes pero seguimos con el emprendimiento, y este año nos vamos para Costa Rica entre el 11 y 13 de setiembre del 2013”.*

telecomunicaciones de Colombia se hizo presente en el evento donde expositores y organizadores se mostraron altamente satisfechos por el volumen de visitantes, que sumaron más de mil doscientos al cabo de tres jornadas.

Las principales novedades que se presentaron en el show fueron el anuncio del pronto lanzamiento de Golden Premier, el nuevo canal de Televisa Networks que propone un entregar sus contenidos a la carta dentro de la oferta de los cableoperadores; la presentación en Colombia de Chello Latinoamérica, compañía que asumirá las acciones en la región de Pramer y MGM; la oferta cada vez más frecuente de sistema de contenidos llave en mano, como los que ofertaron Pico Digital y TuVes HD, con una grilla de canales HD y que permite a los cableoperadores sumarse a la corriente de la digitalización de sus plataformas con inversiones menores a las que tendría que hacer en caso de encararlas en forma individual; y la llegada de nuevos oferentes de señales como Alterna TV, filial de Satmex que pretende expandir en la región cuatro de sus señales

que tienen gran suceso en el mercado hispano de Estados Unidos y Latam Distribution, que en el corto plazo entregará cuatro señales de nicho tratando de conquistar un espacio en la grilla digital de las plataformas de TV paga.

Acorde con lo que sucede en la mayoría de los mercados de Latinoamérica, el crecimiento de la cuota de mercado de los DTH es notorio y no son pocos los cableoperadores que expresaron su preocupación por esta situación. Sostienen que el afán de los operadores de DTH por ganar terreno se basa en una oferta muy económica, subvencionada acaso por otros servicios, y que genera una distorsión en la competencia de los servicios. Los DTH aquí, a diferencia de lo que ocurre en otros territorios, no sólo expanden la base de la TV paga, sino que absorben suscriptores de los cableoperadores.

Como conclusión, Andina Link 2013, se conformó en un show de alto vuelo que mantiene su vigencia y trascendencia dentro del calendario de ferias de telecomunicaciones de Latinoamérica.



Miguel Clutterbuck de Artear



Ray Lucero, Carlos Rubio y Lyle Myers de Alpha



Staff de NHK WORLD TV



Willie Hernández junto a Meca Salado Pizarro y Ariel Katz de Telefe

▶ EVENTOS



Alberto Mascaro y Oscar Barceló de VOA



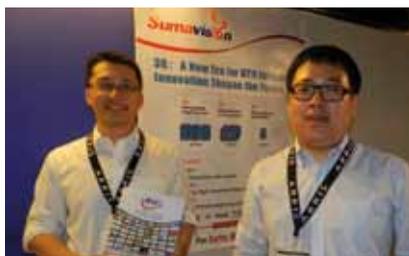
Alejandra Quiroga, Fernanda Merodio, Carlos Boshell, Diana Visbal, Alejo Idollaga, Matilde Boshell, Ricardo Guzmán, Carla Toguchi y Mónica Espitia



María Stepanovitch de France 24



Amado Quintanilla y Julien Vernhiet de Rincón Technologies



Alfonso Gang y Tim Wang de Sumavisión



Amparo Pérez de EWTN rodeada de cableoperadores de Colombia



Shirley Nadjar, Johana Olmos y Carolina Meza de Royal Net



Pablo Mancuso de Alterna TV y Mariano Aragón de Level 3



Gabriel Ferrer de Codisert, Cristián Caicedo y Andrés Ferrer de ERT, Emilio Avila Beltran de Banca de Valor



Ovidio Rueda- Presidente APTC



Rodolfo Travers, Karin Chaves, Gastón Cáceres y Marcelo Rizzatto de Disney-ESPN



Sara Caballero de Telesur



Jorge Gambier y Manolo Arnaiz de ReportTV rodean a David Guerra



Staff de Playboy



Oswaldo Siles Rouillon y Carlos Cruz de Kroton

NHK WORLD



Destaca la escena contemporánea de la música de Japón y los mejores artistas.



Explora puntos fascinantes de la vida en Tokio.



NEWSLINE

En su emisión diaria durante 30 minutos al comienzo de cada hora, NEWSLINE brinda actualizaciones detalladas de las noticias que cambian constantemente, de una manera fácil de seguir y se concentra principalmente en Japón y otros países asiáticos.



Invita al mundo de la cultura japonesa tradicional y contemporánea.



Le traemos la última información de Tokio sobre personas, experiencias y artículos kawaii. Cada vez son más los seguidores de la "cultura kawaii" en todo el mundo, y aquí encontrarán todo aquello que anhelan conocer.

Más información en:
www.nhk.or.jp/nhkworld/

Contacto: Miyuki Nomura
Representante de NHK WORLD para América Latina
mail@miyukinomura.com

► EVENTOS



Armando García, Luis Cuevas, Stefan Quiroz, Silvio del Rosario y George Martínez de International Cable



Asotel presente en Andina Link



Cristina Peláez y Sylvia Vilojen de DW



Daniel Otaola de Telefe y Frederic Groll Bourel de TV5



Gonzalo Arrisueño y Peter Kothe de Media Networks Latin America



Jaime Pérez Azúa- Gte. Gral. Univisa



Jeff Zhu y Diego Tanco de Wellav junto a Andrea Baena y Leonardo Rodríguez de Latino TCA



Laura Pérez y Manuel Reveiz de MTV



Leo Pinto de BBC con ejecutivas de UNE



Luz Marina Arango, Fernando Davis y Natalia Arango



Pablo Zehle de Azteca TV y cableoperadores



Pamela Duque y Raúl Antillón de DLA



Raúl Vecchione y José Cedeño de Conax



Staff de Chello Media Latin America



Victoria Vorontsova y Yulia Oparina de RT



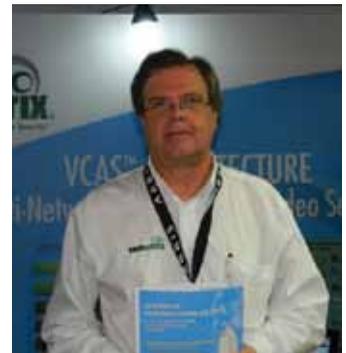
Yecica Pineda de Max Media



Ana Tapuerca, Ingrid Lustig, María Marta Andrade y Alexis Martínez de SES



Bruce Boren y Fernando Muñiz Betancourt de Televisa Networks junto a Karen Barroeta de Telemundo



Bo Ferm de Verimatrix



David Acosta y Juan Carlos Aguirre de ANTV



Demóstenes Terrones de Best Cable e Ignacio Guido de Playboy



Griselda Fermin, Carlos Velasco e Yne González de Discovery



Hernán Chiófalo y Carlos Fridman de TyC Sports junto a Jaime Pérez de Univisa



Hugo Valenzuela y Walmer Valverde de Pico Digital rodean a Federico Sánchez de Fycó



Joel Quiñones y Fabián Meza de Perfect Vision junto a Ricardo Bracho de Asotel



Jennifer Betancourt de Sun Channel



Piedad Martínez de Global Media



Marcelo Posse y Juan Ramón García Bish



Marcelo Rizzato, Coral Rodríguez Conway, Lucila Maldonado, Ignacio Guido, Alejandro Kember, Adriana Medici y Miguel Clutterbuck en la fiesta de apertura



Pablo Mancuso, Alejandro Cubino y Diego Rodríguez



Staff de Network Broadcast



Sergio Hernández, Lizbeth Sanchez y Daniel Llewellyn-Jones de HBO

Punta Show reunió a la industria uruguaya

EL EVENTO, QUE VOLVIÓ A REALIZARSE EN TIERRA FIRME DESPUÉS DE DOS EDICIONES A BORDO DE UN CRUCERO, CONVOCÓ A OPERADORES DEL PAÍS ORIENTAL, QUIENES PUDIERON CONOCER DE PRIMERA MANO LAS ÚLTIMAS NOVEDADES DEL MERCADO.



Ma. del Carmen Soto, presidenta de Grupo Isos

Los días 12 y 13 de marzo se llevó a cabo en el Hotel Conrad de Punta del Este una nueva edición de Punta Show, a la que asistieron funcionarios del gobierno uruguayo, operadores, especialistas y proveedores, que participaron de las conferencias, los workshops y la exposición comercial.

Los organizadores expresaron que *"es necesario brindar apoyo a todos los cableoperadores familiares que son el soporte de toda la industria local"* y agradecieron especialmente a todos los auspiciantes y participantes a la feria.

Durante la primera jornada Marisa Piñero, VP de Chello Latin América, abrió Punta Show 2013 en su 10° Aniversario con la conferencia sobre "La Conectividad y su influencia en el Consumo de Contenidos". A continuación, los Ingenieros Gonzalo Mora y Federico Saizar expusieron sobre "Plataforma para la Televisión Interactiva Digital". Las dos conferencias llegaron a la conclusión de que *"es necesario brindar aditivos a la televisión que atraigan la atención de los clientes. Hoy no es solamente brindar el servicio de cable, sino que además es imprescindible integrar la interactividad y hasta la posibilidad de compras on-line"*.

Más tarde, en el almuerzo, tuvo lugar la charla de Pablo Scotellaro, Presidente Ejecutivo de CERTAL, quien habló de las telecomunicaciones y la libertad de expresión en la región y, específicamente, también de Uruguay, frente a legisladores como Jorge Larrañaga, Daniel Martínez y Tabaré Viera. Allí el alto ejecutivo resaltó *"el pluralismo de ideas y corrientes políticas que*

es posible ver en Uruguay". A continuación el Ministro de Industria Energía y Minería, Roberto Kreimerman, se dirigió a todos los comensales en una conferencia donde tocó todos los puntos vitales de las acciones que el gobierno viene llevando a cabo en materia de telecomunicaciones y regulación.

CERTAL contra la piratería

La Conferencia Magistral de CERTAL presentada en Punta Show 2013 fue iniciada por Virginia Cervieri, Presidenta del Capítulo Uruguay, quien hizo presentación de la destrucción masiva de decodificadores realizada en ese país. El panel estuvo integrado por Cervieri, Marta Ochoa, Senior Director Fraud Management de DirecTV Latinoamérica, Sergio De Cola, Director Nacional de la DINATEL, y Sergio Piris, Asesor Legal de Cablevisión, y fue moderado por Sergio Veiga, Presidente de CAPPSSA y FOX Latin America.

Marta Ochoa contó sobre la nueva iniciativa de "Alianza", agrupación conformada por 17 referentes empresas de la industria, donde se lucha contra la amenaza de los FTA (Free To Air) en países como Paraguay, Argentina y Uruguay. La Directora de DirecTV expresó que *"la Alianza es un grupo de proveedores de contenidos y tecnología y operadores de TV paga, quienes inician su acción en colaboración conjunta"*. Ochoa explicó también que *"la piratería de FTA es el uso de receptores satelitales para descifrar ilegalmente las señales de los proveedores de contenidos. Hoy en día la IKS (Internet Key Sharing) descripta la tarjeta que permite el acceso a las señales de televisión y permite recibir el contenido pago, logrando ver*



Conferencia CERTAL



María del Carmen Soto y Roberto Kreimerman, Ministro de Industria, Energía y Minería, en corte de cintas

hasta 500 canales de forma gratuita evadiendo todo tipo de impuesto y afectando directamente a la propiedad intelectual".

La "Alianza" tiene como objetivos monitorear e investigar la piratería FTA en la región, divulgar la problemática, capacitar a entidades regulatorias, aumentar la conciencia pública sobre la piratería y realizar contramedidas técnicas contra los FTA piratas (haciendo caer las señales piratas mediante tecnología). Ochoa finalizó diciendo que Uruguay está a la vanguardia en legislación sobre la materia y agradeciendo a los jueces y la Justicia uruguayo por apoyar la lucha contra este flagelo, aclarando que *"no se está atacando a nadie en particular, sino que se está atacando al crimen organizado"*.

De Cola, por su parte, habló sobre el decreto aprobado, diciendo que fue creado con el objetivo de *"buscar dificultar el proceso para quienes incursionan en la piratería, poniendo nuevas barreras al proceso para que este fenómeno, de alguna manera, se frene. También el proyecto sirve como un mensaje para la industria y para la población, de manera tal que el usuario también sepa que determinadas marcas (3 específicas) sean identificadas como ilegales"*. También el decreto tiene un mecanismo que implica involucrar en el proceso de importación de los FTA, donde se tiene que presentar una Declaración Jurada antes de ingresar los receptores al país, describiendo las cualidades técnicas de los mismos y explicando que no pueden descifrar señales codificadas.

LOS MEJORES PROGRAMAS. MUCHAS OPCIONES. MAXIMA CALIDAD, SIEMPRE JUNTOS.

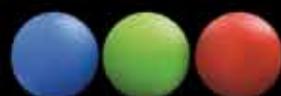
Telefe Internacional

Es el primer canal de TV paga de la Argentina que se emite internacionalmente, las 24 horas del día y 100 % en español.

Ofrece programas en vivo y propuestas orientadas a toda la familia:

entretenimiento, deportes, programas musicales, series, telenovelas, series infantiles y juveniles, comedias, realities, magazines y noticias.

Muchas opciones para disfrutar, **Siempre juntos.**



telefe internacional

Tel. (54 11) 4102 - 5810 / Fax (54 11) 4587-4349
sales@telefeinternacional.com.ar / www.telefeinternacional.com.ar

Homenaje a José “Pepe” Toledo



Lucio Gamaleri de Red Intercable recibe de Pablo Scotellaro de Ceral y Walter Burzaco de ATVC la placa otorgada a “Pepe” Toledo

En el marco de Punta Show 2013, Walter Burzaco, Presidente de ATVC, y Pablo Scotellaro, Presidente Ejecutivo de CERTAL, realizaron el homenaje al directivo recientemente fallecido. José Néstor Toledo había nacido hace 60 años en Isla Verde, un pueblo del sur de Córdoba. Se mudó con su familia a Trenque Lauquen (provincia de Buenos Aires), para llegar en los 70 a La Pampa, donde se inició, a principios de los 80, como cableoperador.

Las palabras de Burzaco calaron hondo en todo el público presente. El Presidente de ATVC contó la historia de Toledo desde sus inicios: *“Empezó su actividad dentro de la industria en Macachín -donde tuvo origen su empresa, Red Difusora- y en otras localidades pampeanas. Luego se extendió a la provincia de Buenos Aires. Fue uno de los fundadores de Red Intercable, que representa a unos 350 Cables Pymes de todo el país y les permite tener una voz unificada en lo institucional, un mejor poder de negociación en lo comercial y soluciones tecnológicas comunes para sus socios. Fue una de las voces más lúcidas durante las audiencias de la Ley de Medios en las que, a través de una exposición impactante, que*



nunca fue rebatida, luchó por la inclusión de un capítulo que comprendiera la problemática de las más de 700 Pymes de la industria, especialmente cuando apuntaba a la desprotección de las empresas del sector frente a las cooperativas, y que al día de hoy sigue sin existir”.

José Néstor Toledo integró entidades del sector: ATVC, ABT, Asociación Pampeana, Red Intercable; y representó a la industria en el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual. *“Pepe era sinónimo de amistad, todos los definían como un amigo de sus amigos”,* continuó Burzaco. *“De esta manera quiero recordar a Pepe, recordarlo como siempre fue en vida”.*

“Hasta siempre querido Pepe”, fueron las palabras que quedaron resonando en el Hotel Conrad y en todos los asistentes que lo recuerdan con mucho cariño.



Sergio Piris, Asesor Legal de Cablevisión, explicó detalladamente las acciones que la empresa viene llevando a cabo en Argentina. Piris aseveró que *“la piratería trae pérdida de clientes, afecta el nivel de servicio, genera malestar en nuestros clientes e impacta en los costos operativos”.* La clandestinidad tiene una magnitud y alcance del 13,5%, y Cablevisión ha realizado hasta el momento 79 denuncias penales, recabando pruebas para presentar a la

Justicia. *“Cablevisión presenta cuatro áreas complementarias entres sí para prevenir fraudes a la compañía: Auditoría interna, Prevención de fraudes, Seguridad y fraude, y Asuntos legales. Nuestros clientes pueden efectuar las denuncias por vía telefónica o a través de un formulario en la web, y nuestras áreas de Atención al cliente generan el ingreso del reclamo en el sistema”,* detalló. Según señaló el abogado, *“las principales acciones contra la clandestinidad son barri-*

do de red, investigación de denuncias, asesoramiento a las operaciones de cómo realizar procedimientos, documentar y recoger elementos probatorios, selección de casos y trabajo conjunto con organismos judiciales y policiales”. Piris también explicó que *“en Uruguay se han realizado allanamientos”* y que desde Cablevisión se *“hace un gran esfuerzo para mantener capacitado no solamente a sus técnicos, sino que también a la policía federal”.*



Sergio Veiga, Virginia Cervieri, Marta Ochoa, Sergio de Cola y Sergio Piris



Marcelo Posse y Eduardo Estella Lee de Commscope junto a Carolina Bomio de Net-K



Pablo Mancuso de Alterna TV



Israel Cervantes y Rodolfo Arellano de María Visión



El valor de la sinergia

La palabra sinergia proviene del griego "synergos". Significa "colaborar conjuntamente" o "trabajar en conjunto".

En Red Intercable, organización que nuclea a más de 220 pymes y alcanza con su plataforma de servicios a más de 500 localidades, distribuidas en 20 provincias del territorio nacional, con redes que cubren más de 610.000 hogares, creemos profundamente en el valor de la sinergia.

Cableoperadores pymes independientes, unidos por objetivos y realidades comunes, sustentados

en modernas estructuras de conocimiento e innovación tecnológica trabajamos de manera permanente para consolidar a nuestras empresas como operaciones multiservicio.

Así hemos dado origen a desarrollos exclusivos que en la actualidad contribuyen de manera protagónica en la creación de valor de las empresas asociadas abriendo caminos para incursionar en nuevas prestaciones con competitividad y rentabilidad.

Red Intercable, Pymes, República Argentina.



► EVENTOS



Jorge Guillaume, Paz Folgueiro, Mercedes Taormina, y Guillermo Cantalupi de Tuner con Perla Firbank de Gigared y María Teresa Cortazzo de Telecable



Sergio Canavese, Carlos Dellochio y Gabriel Carballo



Ejecutivos de Nuevo Siglo y Montecable



Pompeyo Pino de RFI junto a directivos de CUTA



Rosana Scordamaglia de DataFactory



Ma. Eugenia Ramos Mejía de EWTN



Laureano Reynes, Gonzalo Sternberg y Ronald Rodríguez de HBO



Victoria Riva y Miguel Clutterbuck



Lucio Gamaleri de Red Intercable y Sandra Chávez de MVS



Federico Canónigo de Moviecity, Sergio Veiga de Fox y Rafael Inchausti de Andebu



Ejecutivos de Cablevisión y Artear recorriendo la expo



Alejandro Greco de Kltelco y Wolfgang Domschke de WKD



Horacio Rodríguez de CUTA junto a Juan Ybarra y Hernán Chiofalo de TyC Sports



Gustavo Rabinsky de Eurochannel



Corina Goicoechea de TV5



Adriana Eckstein y Carlos Mutto de BBC



Directivos de Colsecor junto a Jennifer Betancourt y Jorge Meza de Sun Channel



Sergio De Cola y Carmen Gelpi



Carlos Dellochio, Alejandro Kember, Christian Vanzini y Lucila Maldonado de Chello Latin America



Sergio Veiga y María Viademonte de FOX



José Altamirano de TVA Paraguay y Marcelo Bresca de Televisa



Carlos García de 7BD, Luis Endara de Orban, Jim Godfrey de Comrex y Raúl Hun de Telos Alliance

antemont

Equipamiento Profesional Para Redes HFC y Wireless LAN



Amplificadores con Vía de Retorno



Transmisores y Receptores Ópticos



Amplia Gama de Conectores y Herramientas



Linea Completa de Morsertería



Radio Enlaces
Estudio Planta, Multicanales
y de Cámara Analógicos e IP



Moduladores
TV, CATV y TDT



Pasivos



Equipamiento para
Recepción Satelital



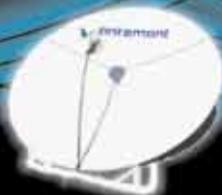
Antenas Receptoras
VHF-UHF-TDT



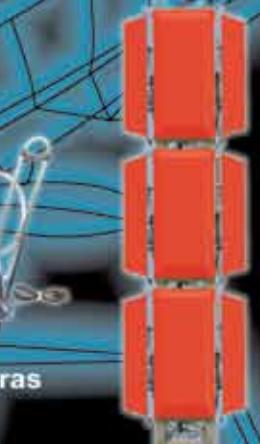
Transmisores
VHF-UHF-TDT-MMDS



Antenas Parabólicas
Bandas C y KU



Antenas Omnidireccionales, Sectoriales
Direccionales 2.4GHz y 5.8GHz



Sistemas Irradiantes
VHF-UHF-TD-FM-MMDS



Sistemas de acceso
satelital a Internet



Herrajes para
Equipos Clientes



Reflectores para Equipos
con Antena Integrada

Av. Pedro Dreyer 796 - B1841FLU Monte Grande - Buenos Aires - República Argentina

www.antemont.com.ar

Tel: (5411) 4290-0715/5196 - Fax: (5411) 4296-1007 info@antemont.com.ar



“Apostamos a la expansión de los servicios OTT que es la nueva tendencia de la industria”

EN SENDAS CHARLAS SOSTENIDAS DURANTE ANDINA LINK Y PUNTA SHOW, ALEJANDRO CUBINO, CEO DE NETWORK BROADCAST, COMENTÓ CUÁLES SON LAS PRIORIDADES DE LA COMPAÑÍA PARA ESTA ETAPA.



Alejandro Cubino, CEO de Network Broadcast

-¿En qué está enfocado Network Broadcast en la actualidad?

-Somos reconocidos por nuestra labor en cuanto a digitalización en diferentes plataformas; tanto el año pasado como el presente, son momentos muy importantes porque comenzamos con la implementación de las tecnologías OTT o TV everywhere, y ya realizamos operaciones en Brasil, Colombia y distintos países de Latinoamérica, que están afianzándose para llegar con esta propuesta en todos los targets de clientes y a través de todas las plataformas. No solamente trabajamos con grandes operadores sino también con pequeños y medianos a los que les interesa lanzar estos productos. Tenemos una muy buena recepción de todos los operadores y la penetración es muy buena.

-A nivel regional, ¿continúa la expansión de la compañía?

-Efectivamente. Hemos abierto oficinas en Panamá. Tenemos clientes allí y en Costa Rica, el objetivo era estar más cerca, ya que antes lo manejábamos desde Colombia. La idea es tener oficinas y laboratorios más próximos. En otros territorios, como

por ejemplo Uruguay, donde tenemos presencia desde hace 12 años, la intención es mantener y estrechar el contacto con los clientes, ver cómo están avanzando sus desarrollos y el mercado en general. Puntualmente, acabamos de lanzar una línea alemana que apunta a pequeños operadores del interior que quedaron sin digitalizar, y dentro de esa línea está presentado lo que es OTT.

-¿Cuál es la demanda más fuerte que se advierte en el mercado?

-En la actualidad la tendencia más fuerte en el mercado es el OTT y dentro de esa línea de mercado, contamos con toda la línea de productos para cubrir las necesidades de nuestros clientes y se está trabajando mucho lo que es interactividad y middleware, que nos permite dar un salto de calidad. Nuestro foco en la actualidad está en esa tecnología, con todas las opciones que incluyen este tipo de integraciones.

-¿Cuáles son los diferenciales de su oferta ante la numerosa competencia que hay en el sector?

-A nivel mundial competimos con muchísimas compañías que brindan servicios relacionados con televisión digital pero el diferencial que ofrecemos a nuestros clientes es que la integración que hacemos no está pensada en una primera etapa de la implementación de servicios OTT sino que es pensada en todo el desarrollo que tendrá en el futuro. Entonces, lo que notan los que toman nuestros productos es que han podido iniciar un desarrollo futuro de la plataforma. Además la estabilidad de Network Broadcast en la región es una gran característica; la innovación que buscamos en los nuevos productos que lanzamos y el soporte local, con una gran inversión en lo que es

laboratorio propio. Si bien tenemos mucha competencia porque el mercado es muy amplio y contamos con muchas líneas de productos, estamos muy bien posicionados y tenemos muchos diferenciales. Tratamos de trabajar con equipamiento robusto para que nuestros clientes estén muy conformes y creo que ese es uno de los diferenciales que tenemos.

-¿Cómo se está comportando el mercado en cuanto a inversiones?

-Por parte de los operadores todos están interesados en avanzar y las trabas son importantes, no fáciles de superar. En cada país hay particularidades y en cada caso, se analiza cómo entregar tanto el equipamiento como el servicio en forma estable. No sólo contemplamos por ejemplo, las trabas para importar porque no sólo es importante el implementar un sistema sino la continuidad que se le dará en futuro. Entonces, toda estrategia se analiza en ese sentido, para que no sólo se prevea lo que es la compra inicial sino también tener buen servicio a largo plazo y sin trabas. Tenemos el caso de Venezuela, donde hay muchas limitaciones para incorporar equipamiento y pagarlo más que nada. Argentina tiene también sus dificultades y se analiza cada caso para que cada cliente pueda desarrollar en óptimas condiciones su negocio.

-¿Qué expectativas tiene para lo que será este año?

-Desde mi punto de vista es muy buen año, el mercado está muy activo, ya no se habla del paso a digitalización sino del paso siguiente que es algo muy positivo, tenemos que en cada región distintas velocidades para la adopción de esos cambios tecnológicos pero todos están embarcados en esos cambios. Así que las perspectivas son muy positivas.

13 SEÑALES PARA VER EL MUNDO



© 2013 Discovery Communications, Inc

Discovery

ANIMAL PLANET

discovery HD

ID

home&health

TLC

turbo

sci
discovery science

Discovery Civilization

Discovery HD THEATER

TLC

ID

h&h

Discovery
LATIN AMERICA / US HISPANIC

MIAMI: Santiago Bruno
1.786 273 4550

MEXICO: Alberto Islas
52.55 5249 8850

ARGENTINA: Sergio Canavese
54.11 4313 5005

BRASIL: Alessandra Pontes
55.11 2138 9610



A&E presentó su programación en Buenos Aires



De izq a derecha: Eddy Ruiz Gerente General A&E OLE NETWORKS, Antonio Palazzola (Barter King), Raquel Martinez (Directora Comercial Multichannel Media Sales Argentina), César Sabroso Senior VP de Marketing A&E, y Steve McHugh (Barter King)

ESTUVIERON PRESENTES STEVE MCHUGH Y ANTONIO PALAZZOLA PROTAGONISTAS DE LA NUEVA SERIE BARTER KINGS.

A&E presentó su nueva programación durante una conferencia de prensa en el Salón Posadas del Palacio Duhau Park Hyatt, donde se dieron cita los medios de comunicación, líderes de opinión e invitados especiales, así como los ejecutivos de A&E e importantes cable-operadores de Latinoamérica.

El evento a cargo de Cesar Sabroso, Vice-presidente Senior de Mercadeo para A&E Networks Latin America, comenzó por destacar el contenido que comprende la programación de A&E y el cual puede catalogarse como uno auténtico, real, actual, emocionante y provocador presentando al

usuario una verdadera experiencia de marca y de contenido.

Exitosas series como Quién da Más (Storage Wars) que la han posicionado como la serie líder de A&E, y en su tercera temporada continua estrenando episodios todos los Jueves, llevan al usuario al fascinante mundo de las subastas donde todos compiten por lograr la mejor apuesta. Luego presentaron Duck Dynasty, una producción hecha en Luisiana que rápidamente se ha posicionado como una de las favoritas de A&E, donde los Robertson muestran cómo han hecho tanto dinero con tan solo fabricar silbatos llamadores de patos y que en marzo estrenaron su segunda temporada.

Asimismo, Guerra de Envíos muestra las peripecias que se llevan a cabo para lograr transportar lo inimaginable. Sin duda todas tienen algo en común: apuestan por la creatividad y son series únicas en su género que presentan héroes comunes que encuentran maneras originales de ganarse la vida, una verdadera revolución en la forma de hacer televisión.

Y como presentación especial contaron



con la presencia de Steve McHugh y Antonio Palazzola, protagonistas de la nueva serie Barter Kings que estrenó el miércoles 6 de marzo y donde se relatan las más increíbles historias de intercambio, especialmente cuando artículos de muy poco valor se intercambian por artículos valorados en miles de dólares.

"Estamos muy orgullosos de estar aquí en Buenos Aires con motivo del anuncio del estreno de nuestra nueva programación, conformada por exitosas series en Estados Unidos como Quién Dá Más, Duck Dynasty y Guerra de Envíos, así como de continuar nuestro compromiso de excelencia en nuestros contenidos. Esta programación tiene el común denominador de nuestra marca A&E con contenido emocionante y real, lo cual nos permite obtener una comunicación especial con nuestros usuarios", afirmó Cesar Sabroso.

Eduardo Ruiz fue designado Presidente de A+E Networks Latin America



A+E Networks Latin America, una sociedad de A+E Networks y Ole Communications, anunció el ascenso de Eddy Ruiz a Presidente y Gerente General de A+E Networks Latin America. En su rol, Eddy mantiene sus responsabilidades con los canales Latinoamericanos de la sociedad, A&E, HISTORY y BIO, y liderará las nuevas iniciativas de crecimiento para las marcas establecidas y otras marcas de la sociedad; dirigirá el explosivo crecimiento de nuevas tecnologías y la expansión de operaciones en Brasil.

"Eddy ha liderado A+E Latin America por los pasados 10 años y durante este tiempo nos ha hecho crecer. Siempre ha trabajado de cerca con nuestros anunciantes para desarrollar campañas creativas y con el apoyo de nuestro distribuidor, HBO Latin America Group, hemos logrado llevar a A&E y HISTORY a más de 40 millones de hogares en America Latina y convertir a Bio en uno de los canales de mayor crecimiento en el mercado. Eddy ha promovido la producción original en nuestros canales, que combinado con la excelente programación de AETN, ha logrado un crecimiento en la audiencia en HISTORY y A&E sin precedentes en America Latina. Él ha traído a excelentes profesionales a nuestro personal, construyendo lo que es hoy uno de los mejores y más motivados equipos de la industria de la TV paga en América Latina. Estamos muy contentos de darle a Eddy esta merecida promoción", comentó Enrique Cuscó, CEO de Olé Communications y Presidente de la Junta Directa de A+E Networks Latin America.





ESPECIALES BYU ▶



BYU DEPORTES



Si el deporte es tu pasión, lo respiras, lo vives, lo sientes!!
BYU Canal Internacional y su programa Deportes fueron creados para ti. Disfruta desde la comodidad de tu casa los deportes universitarios de la liga NCAA, fútbol, baloncesto, fútbol americano y mucho más.

Expande tu horizonte, traspasa las fronteras, vive tu mundo internacional deportivo!



Ganador de un Emmy Award 2012



Consulta el horario local en la grilla de tu cableoperador

<http://www.byutvint.org>

BYU

TELEVISION
INTERNATIONAL

Descubriendo culturas. Inspirando vidas



ESPN presentó una investigación sobre la audiencia latinoamericana

UNA INVESTIGACIÓN REALIZADA POR OMNICOMMEDIAGROUP Y ESPN INTERNATIONAL REVELA QUE LOS FANÁTICOS DE DEPORTES EN LATINOAMÉRICA CONSUMEN DEPORTES MEDIANTE MÁS DISPOSITIVOS QUE NUNCA Y HACEN USO DE LOS MEDIOS SOCIALES PARA OBTENER INFORMACIÓN DEPORTIVA.



Un nuevo estudio realizado en línea por el OmnicomMediaGroup y ESPN reveló que los aficionados de deportes en América Latina han cambiado sus rutinas diarias en el consumo de medios y la obtención de información deportiva debido a los avances en tecnología que permiten acceso multiplataforma y simultáneo a dispositivos tales como computadoras, laptops y smartphones. Otro hallazgo clave fue que los fans están cada vez más expuestos a las redes sociales y los usan para obtener y promover información deportiva. La investigación se basó en las respuestas del panel en un foro para aficionados de ESPN en América Latina en el cual los participantes indicaban sus preferencias y actitudes ante información y eventos deportivos, la presencia de marcas y el formato multimedia transmitido durante los Juegos Olímpicos 2012 en Londres.

"Nos sentíamos entusiasmados de tener la oportunidad de asociarnos con OmnicomMediaGroup en un proyecto como este para América Latina y extendernos más allá de lo que ya se sabe, que el uso multimedia está creciendo rápidamente en la región", explicó Rikki Groeger, vicepresidente de investigaciones de ESPN International.

"El proyecto fue liderado por Cynthia Rivera, directora de investigaciones para ESPN International. Trabajando conjuntamente, ella y OMG han ayudado a lograr un mejor conocimiento de los principales impulsores del incremento en el uso de múltiples plataformas y cómo la tecnología está ayudando al aficionado de deportes a conservar la conexión durante cambios en las etapas de su vida".

Para los fans, el permanecer conectados a los deportes mediante múltiples plataformas tiene sentido y para ellos los deportes son una experiencia a tiempo completo. Aunque el televisor sigue siendo su opción preferida, otros dispositivos están aumentando en popularidad y permitiendo que reciban actualizaciones deportivas en tiempo real las 24 horas del día y los 7 días de la semana. Los resultados muestran que un sesenta y ocho de los replicantes informa que siguen deportes o equipos usando varios dispositivos al mismo tiempo ahora más que antes, lo cual es un porcentaje elevado debido a la prevalencia de afición en toda la región.

"Mediante esta investigación queríamos comprender la evolución del fanático de deportes y, usando el entendimiento de estos cambios, encontrar maneras en que las marcas pudieran tener más opciones para forjar conexiones con los aficionados. La relación con los deportes no es nueva para los latinoamericanos, porque siempre ha sido el caso y se asocia principalmente con familiares, amistades y colegas. Sin embargo, en años recientes y gracias a la tecnología, estas relaciones tienen la apariencia de ser más arraigadas, estrechas e ininterrumpidas", expresó Karina Besprosvan, directora regional de investigaciones en América Latina de OmnicomMediaGroup.

Nueva aplicación de CBeebies

CBeebies, el canal preescolar de la BBC, anunció el lanzamiento de CBeebies On the Go, la primera aplicación original para dispositivos móviles de BBC Worldwide Channels, ahora disponible a través de AppStore para iPad, iPod Touch y iPhone, completamente gratis y en español.

Con un toque de sus dedos, los niños pueden acceder al mundo colorido e interactivo de CBeebies, para disfrutar de video clips de sus series preferidas, como Baby Jake y las Increíbles Aventuras de Andy entre otras, así como también de una variedad de juegos y actividades diseñados por expertos en educación preescolar, con el propósito de ayudarlos a aprender a través del juego. Armar el rompecabezas de Kerwhiz, recoger frutas en el árbol de Ave y Tres y ejercitar la memoria en El Jardín de los Sueños son algunas de las actividades que los pequeños usuarios podrán desarrollar en esta aplicación creada de acuerdo a sus gustos y necesidades.

"CBeebies On The Go complementa los contenidos del canal y fue creada para satisfacer la curiosidad natural y el sentido de la diversión que caracteriza a los niños alrededor del mundo, con el fin de ayudarles a lograr nuevos descubrimientos junto a personajes familiares. Buscamos crear una herramienta que reflejara los valores de CBeebies, orientados a promover el aprendizaje a través del juego y responder a la confianza que padres y educadores han depositado en nuestros productos", afirmó Henrietta Hurford-Jones, Directora de Inversiones de CBeebies en BBC Worldwide Channels.



MÁS CAPACITACIÓN MÁS OPORTUNIDADES

CRECEMOS
JUNTO A VOS

info@satv.org.ar
www.satsaid.org.ar

 www.blogsatsaid.com.ar

 /SATSAIDnacional

 @SATSAIDnacional



Sindicato Argentino de Televisión
Servicios Audiovisuales, Interactivos y de Datos



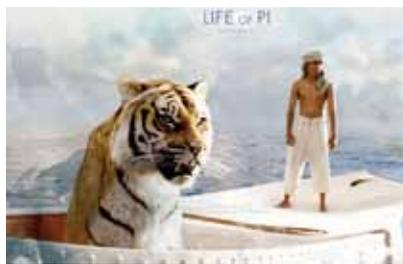
Moviecity arrasó en los Premios Oscar

Los contenidos de Moviecity obtuvieron 13 Premios Oscar en la última entrega realizada en Los Angeles el pasado 24 de febrero. Estos premios otorgados por la Academia de Artes y Ciencias de Hollywood, reafirman el liderazgo de Moviecity como el canal que ofrece las películas con más premios de los últimos 6 años.

"Life of Pi" fue la gran ganadora con 4 estatuillas, incluyendo la de Mejor Director; le siguió "Les Misérables" con 3 galardones, "Lincoln" con 2, incluido el de Mejor Actor para Daniel Day-Lewis, mientras que la preferida Jennifer Lawrence logró su primer estatuilla por su brillante actuación en "Silver Linings Playbook".

La lista de premios obtenidos por películas que estarán en Moviecity se completa con "Zero Dark Thirty", "Anna Karenina" y la excelente película austríaca "Amour" que ganó como Mejor Película Extranjera.

Además de las ganadoras, Moviecity recibió 73 nominaciones, las siguientes son algunas de las películas que también serán estreno del canal: "Beasts of the Southern Wild", "Anna Karenina", "The Hobbit: An Unexpected Journey", "Flight", "Snow White and the Huntsman", "A Royal Affair", "Hitchcock", "Mirror, Mirror", "Moonrise Kingdom", "No", "ParaNorman", "Prometheus", "Ted", "The Impossible" y "The Sessions".



A viajar con "Todo incluido" por Sun Channel



Sun Channel estrenó recientemente en su señal HD su primer programa sobre viajes en pareja: All inclusive. Un programa realizado bajo un formato cercano al reality, donde los protagonistas graban sus vivencias con una cámara portátil, exponiendo todo su recorrido, brindando recomendaciones, mostrando anécdotas y situaciones reales de una joven pareja de argentinos que viaja por el mundo, bajo el sistema "todo incluido". Ahora los televidentes pueden acompañar todos los miércoles -en prime time- a Daniela Clerici y a Agustín Neglia mientras recorren ciudades como Cartagena, París, Madrid, Buzios y Venecia, en cada nuevo episodio.

¿Qué significa viajar en pareja con "Todo Incluido"?; esta es una experiencia que los seguidores de la red también van a compartir, ya que a través de las cuentas @Sunchannel y @SunchannelHd, el canal anima a todos los tuiteros a completar el hashtag: "#ViajarTodoIncluidoEnParejaSignifica"... con la intención de motivar a los usuarios a contar sus historias, expectativas, fantasías e ilusiones de un viaje en compañía de su enamorado.

No se espera que todo sean corazones y brindis con champaña, también se incita a los participantes a comentar sobre las difíciles pruebas, y malas experiencias que se desprenden de la convivencia con el otro durante un viaje.



El liderazgo de Discovery Home & Health

Discovery Home & Health, el canal de estilo de vida dirigido a la mujer, consolida su presencia en Argentina posicionándose durante los dos primeros meses de 2013, como la señal de lifestyle preferida por el público femenino. En este período, Discovery Home & Health, alcanzó el primer lugar entre las señales de su género.

"Es un orgullo para nosotros lograr esta conexión con la mujer argentina a través de Discovery Home & Health", afirmó Angela Recio Sondon, vicepresidente y directora de Discovery Home & Health. "Día a día, trabajamos para difundir contenidos que reflejen todos los aspectos de la vida de mujeres reales y eso es lo que nos convierte en el canal femenino líder de América Latina", agregó.

Durante enero, los domingos y viernes fueron los días de mayor audiencia, seguidos por los martes y sábados. Entre los programas más destacados de la señal se encuentran: "Acumuladores", "Un bebé por minuto", "Mi extraña obsesión", "Maniáticos al comer" y "Secretos de mi cuerpo".

Al mes siguiente, Discovery Home & Health continuó su liderazgo entre los canales de lifestyle. Los shows más vistos en este período fueron: "Tim Gunn: Gurú del estilo", "Bodas espectaculares", "Loca compulsión", "Desafío fashionista" y "Un bebé por minuto".

En marzo, Discovery Home & Health celebró el "mes de la mujer" y presentó una colección de extraordinarios documentales a través de los cuales invitó a meditar sobre algunos de los mayores males de nuestro tiempo y sobre cómo las mujeres siguen siendo las principales afectadas. Al mismo tiempo, estos programas resaltan cómo, aún en las peores circunstancias, muchas mujeres luchan por salir adelante.



**EL MEJOR CINE FRANCÉS.
CON SUBTÍTULOS.**

***EN MARZO POR TV5MONDE.**

**EL CANAL EN FRANCÉS PARA TI.
TV5MONDE**



www.tv5monde.com/latina

Lanzamiento de Golden Premier, canal a la carta



PREMIER

CON DOS NUEVAS SEÑALES, GOLDEN PREMIER OESTE Y GOLDEN PREMIER ESTE, LA MARCA SE EXPANDE CON UNA OPCIÓN QUE ESTÁ ABIERTA PARA TODOS LOS SUSCRIPTORES SIN IMPORTAR AL SISTEMA AL QUE ESTÁN ADHERIDOS.



Fernando Muñiz Betancourt

Fernando Muñiz Betancourt, Director General de Afiliados de Televisa Networks, habló con Revista ATVC de las novedades de la compañía y de lo que acontece en este momento en los mercados de la región.

-¿Qué novedades tiene Televisa Networks?

-Estamos muy contentos con el lanzamiento de nuestras señales nuevas, que vienen a fortalecer a la marca Golden -que sigue creciendo- y son Golden Premier Este y Golden Premier Oeste. El canal tiene un formato full HD, se venderá a la carta, tendrá su audio original y el doblado al

español, ofrecerá al suscriptor la posibilidad de tener en primera ventana tanto series como películas o eventos especiales y que los pueda recibir a la carta.

Los operadores lo están recibiendo muy bien, tenemos varios acuerdos formalizados en Latinoamérica y ellos lo ven con buenos ojos porque es un producto que es muy bueno, accesible para todos los suscriptores y que les permite obtener un revenue. Se convierte en un producto novedoso, que cuenta con la calidad de la marca Golden y que definitivamente será de mucha innovación.

-¿Cómo manejarán la opción a la carta en la distribución de la señal?

-La estrategia del canal es que se distribuya a toda la base de suscriptores. Es decir que no se tienen que tomar paquetes adicionales para acceder al canal, así que en cualquier paquete al que esté adherido el suscriptor, puede contratar estas señales. Al ser canales con precios muy accesibles y buena calidad, estimamos que tendrá muy rápida aceptación y logrará mucha cantidad de suscriptores y a la vez, reitero es una herramienta para generar un

revenue nuevo a los operadores.

-¿Cuáles fueron los resultados de Televisa Networks el año anterior, teniendo presente los buenos rendimientos que tuvo Televisa en ese período?

-Gracias a Dios a nosotros nos va muy bien año a año, siempre llegamos a nuestras metas y el crecimiento que tuvimos desde que Bruce Boren ejerce la conducción es impresionante. Televisa Networks se convirtió en los últimos diez años en una de las más importantes filiales de Televisa. Tenemos el mejor equipo de gente que hay en la industria; no puedo visualizar que haya un grupo de gente tan bueno como el que contamos nosotros. Me siento muy orgulloso de ser parte de un grupo tan profesional y tan confiable como el que tenemos en Televisa Networks.

-¿Cuáles son las expectativas para la próxima edición de Canitec?

-Para variar, en Canitec vamos con todo como lo hacemos todos los años, vamos con la fiesta de bienvenida, con stand espectacular y anuncios espectaculares.



Acuerdo de distribución para BBC HD en Uruguay

BBC Worldwide Channels Latin America/ US Hispanic anunció el lanzamiento de BBC HD en la plataforma digital de Montecable, uno de los principales prestadores de servicios de TV paga de Montevideo. Con la llegada de BBC HD los abonados del paquete High HD Gold en la capital del país tendrán acceso, a través del canal 599, a los premiados documentales de la BBC y las nuevas temporadas de sus series más aclamadas, así como a programas y conciertos que celebran la vida y el mundo en un formato de alta definición.

Este importante acuerdo fue anunciado en el marco del Punta Show 2013, evento internacional que convoca a productores, operadores y empresarios vinculados con el mundo de la Televisión.

"Es para nosotros un orgullo inaugurar nuestra participación en Punta Show con un acuerdo que permite ofrecerle a los televidentes de la capital de Uruguay una opción diferente, en una amplia variedad de géneros y con el prestigioso sello de calidad de la BBC", señaló Adriana Eckstein, Directora de Distribución de BBC Worldwide Channels para el Cono Sur. "Confiamos que el acuerdo con Montecable nos permitirá seguir fortaleciendo la presencia de marca de BBC HD en un mercado que aún cuenta con enorme potencial de crecimiento", aseguró.

"Nos complace poder ofrecerle a nuestros afiliados una señal que recoge la mejor programación de la BBC en todos los géneros, en un formato que enaltece los contenidos y la experiencia de ver televisión", expresó por su parte Miguel Benavente, Asesor del Directorio de Montecable.



Megaservice
ASDA S.R.L.

EXPERIENCIA
APLICADA

12 años

en el Mercado del Audio
y Video Profesional

Soluciones Integrales en Audio y Video Profesional y Broadcast

*Equipamiento para Video Profesional
Laboratorio Técnico especializado
Iluminación y Audio Profesional
Islas de Edición No Lineal
Capacitación - Training Center
Insumos y Accesorios*

Mar del Plata

Buenos Aires



Servicio técnico de PC - Equipos de Edición No Lineal. Reparación de VTR y cámaras de todas las marcas con repuestos originales



Cordoba 2518 - Mar del Plata - Buenos Aires - Argentina. Tel/Fax 54-223 4921666 / 4963330 / Mail: ventastv@megaservice.com.ar
Cuba 2900 - Capital Federal - Buenos Aires - Argentina Tel/Fax 54-11 47033543 / 47015322 / Mail: infotv@megaservice.com.ar
www.megaservice.com.ar



“Vamos a superar las adversidades que se nos presentan con la política cambiaria”

AGUSTÍN BECERRA, PRESIDENTE DE ASOTEL, SOSTIENE QUE EL POTENCIAL DE VENEZUELA PERMITIRÁ SOBRELLEVAR LA SITUACIÓN QUE VIVE LA INDUSTRIA Y QUE ESTIMA QUE HABRÁ TURBULENCIAS EN ESE PAÍS EN LO INMEDIATO.



Agustín Becerra, Presidente de ASOTEL

Para conocer la realidad del mercado Venezolano, Revista ATVC entrevistó al titular de ASOTEL, la cámara venezolana de operadores. Cómo es la actualidad de la industria en ese país y qué se espera para el futuro.

-¿Cómo está viviendo la industria de TV paga la devaluación que se ha producido en Venezuela?

-Con el tiempo nos hemos ido acostumbrando a superar todos esos obstáculos que se nos presentan. Hace un par de años ya hemos vivido una situación similar y llegamos a un acuerdo con los programadores, que es el tema que nos preocupa y que más nos influye en nuestras tarifas. Ya hicimos reuniones con ellos y tratamos de manejar los mismos esquemas que se manejaron en aquella oportunidad; algunos ya lo aprobaron y otros lo están estudiando, pero creemos que todo fluirá normalmente. Ahora esto se trata de un

negocio y un tema devaluatorio afecta a todos, queremos que sea algo balanceado y no cargar la pérdida en un solo lado porque somos socios en este negocio. Ahora en Venezuela vienen temas difíciles para un empresario. El tema político es muy complicado, el tema de postergar tuvimos que retomarlo porque el mismo gobierno se encargó de incrementar esas tarifas y llegamos a un punto para reconsiderar eso que nos está afectando demasiado. Unido a esto tenemos una solicitud del ente regulador para que congelemos un tiempo prudencial la tarifa, algo que no fue una comunicación oficial sino en una conversación con ellos. Nosotros dijimos que trataríamos de hacerlo por un tiempo. Pero desde ese momento la situación económica del país ha cambiado, así que nosotros tenemos que sentarnos a debatir este tema con el gobierno para revisar la situación.

-¿Esta situación ha paralizado los proyectos de optimización tecnológica en el sector?

-Cuando se llevó a cabo la devaluación se eliminó el sistema de adquisición de divisas, que fue una válvula de escape para que el empresario pudiera adquirir divisas. Supuestamente el gobierno crearía un nuevo sistema que nos permitiría tener acceso a divisas. Venezuela es un gran país, con un gran potencial de desarrollo y humano pero toda esa limitante hace que todo se lleve a cero. Hay proyectos muy buenos, increíbles, con los programadores, con la digitalización, para hacer muchísimas cosas, pero nos queda muy difícil implementarlo porque no tenemos cómo pagarlo en divisa internacional.

-¿Qué visión tiene sobre lo que vendrá en el futuro inmediato?

-Por las potencialidades del país creo que podemos sobrevivir un tiempo más. En lo personal opinó que el país tendrá algún agravamiento en su parte política, creo que habrá aguas turbias en los próximos meses en Venezuela pero creo que vamos a llegar a un país normal y progresar en la historia.

-¿Qué expectativas tiene respecto de la nueva edición de Conexión Digital TV?

-Nos tomó de sorpresa el éxito que tuvimos el año pasado; creíamos que íbamos a salir bien pero salimos muy bien. Este año con nuestro objetivo de fortalecer la industria, la llevaremos a cabo el 13 y 14 de noviembre, y la intención de participar este año en el evento es tan grande que prevemos que el evento nos quedará chico. Sumaremos a todas las cámaras empresarias de Venezuela para que este sea un evento de la industria de telecomunicaciones como debe ser y fortalecer al sector.



Ejecutivos y miembros de la Comisión Directiva de Asotel

WOBI

World of Business Ideas

SPOTLIGHT



EVENTOS
TELEVISIÓN
REVISTA
WOBI.COM

Un **ambiente exclusivo**, un pensador prestigioso, una audiencia de **30 ejecutivos** y estudiantes de MBA, **una serie única** para pensar el futuro.

Joe Montana, Philip Kotler, Guy Kawasaki, Daniel Goleman, y muchos más...

SPOTLIGHT-Tal Ben-Shahar
Liderazgo y psicología positiva

JUEVES ARG 23:00 HS | MEX 21:00 HS | VEN 22:30 HS
24HS de programación inteligente

CABLEVISION

MEGACABLE
CONECTAMOS TU VIDA

movistar

Cablemás.
Es tu idea.

Claro

TELMEX

Telecable

Cablevisión

tigo

dish

cablecom

DIRECTV

inter

SKY

CABLEVISION
TELECOM + INTERCABLE + TELEVISION

TVCOBLE
Más para tu vida

Totalplay
EMOCION ABSOLUTA

CABLE & WIRELESS
PANAMA

une

América Latina: Alejo Idoyaga • amolina@wobi.com • +(52) 55 5002.3215
México: David Peredo • dperedo@wobi.com • +(52) 55 5002.3250
Cono Sur: Javier Asensio • jasensio@wobi.com • +(54) 11 4110.3388

Región Andina, Centroamérica y Caribe: Multimedia Broadcast Associated (MBA):
Matilde de Boshell • mboshell@ambanetworks.tv • +(57) 1 642.0079
Carlos Boshell • cboshell@ambanetworks.tv • +(57) 1 642.0079



Desafíos que afronta la industria de la televisión en Colombia

IVÁN SÁNCHEZ MEDINA, COMISIONADO DE LA CRC: COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES, DEFINE CUÁLES SON LOS ASPECTOS REGULATORIOS QUE DEBE ENFRENTAR LA INDUSTRIA DE TELECOMUNICACIONES.



Iván Sánchez Medina, Comisionado de la CRC

-¿Cuáles son los retos de la CRC en estos momentos?

-El principal reto en la actualidad es la regulación del mercado de televisión de Colombia por la metodología de mercado relevante. Esta metodología se aplica aquí desde el año 2009 para todo lo que es el mercado de telecomunicaciones y a nosotros se nos asignó regular este mercado utilizándola. Esto nos implica determinar cuáles son los servicios de televisión que se ofrecen en el país y determinar si son sustituibles. Todos los que son sustituibles deben ser incluidos en el mismo mercado y al determinar cuáles son los mercados que son susceptibles de regulación particular debemos definir cuál es el comportamiento de cómo se brindan esos servicios, detectar fallas y determinar si hay condiciones de competencia clara o si hay un operador que tiene una posición de dominancia que pueda hacer uso de ella para generar condiciones de dominio u obligar a los usuarios a comprar paquetes cuando no necesariamente los quiere. Ante esto debemos generar reglas para se regule esos mercados de manera clara según se estén comportando.

Otro reto que tenemos es la homogeneización del régimen de usuarios. Hoy en día hay uno para ellos y un acuerdo de la anterior gestión de ANTV para los consumidores de televisión. Nosotros vamos a unificarlos, para que los de TIC tengan los mismos derechos y obligaciones en cuanto a los servicios.

El tercer tema que nos ocupa es determinar cuáles serán los parámetros de calidad que un usuario de televisión debe recibir por el dinero que está pagando por el servicio. En ese sentido, tenemos que definir condiciones de recepción que sean independientes de tecnología.

-¿Qué visión tiene sobre la posible fusión de Millicom y UNE?

-Hay que analizarlo desde diferentes ópticas. Una es ver si hay más concentración en el mercado, pero que no es este caso, porque los dos participantes de esa posible alianza no cuentan con posiciones de privilegio en el mercado sino que se trata de empresas que intentan ser más robustas para competir en mejores condiciones. Hay que contemplar que lo que se busca aquí es aprovechar economías de escala para conseguir mejores condiciones de competencia. Que se den este tipo de alianzas o acuerdo va a hacer que haya otros actores para poder competir, digamos, en otro escenario. Desde el punto de vista del usuario como lo vemos nosotros, en la medida que haya diferentes alternativas de operadores compitiendo con un mismo servicio, lo encontramos sano.

-¿Qué regulación están ejecutando sobre la piratería en Colombia?

-En estos momentos la ANTV retomó una investigación que había iniciado

la autoridad anterior sobre el tema de subreporte porque los operadores de TV paga tienen que contribuir por el número de usuarios que tienen registrados. Entonces eso puede generar un incentivo para que los operadores subreporten el número de suscriptores. Y además tenemos el caso de muchos operadores ilegales que no han entrado al mercado. La intención aquí es generar las condiciones para que estos operadores o servicios que están en la ilegalidad ingresen a la legalidad y no eliminarlos, porque si lo hiciéramos le quitaríamos la posibilidad de recibir las señales a la población, y en algunos casos se trata de la única posibilidad que tienen. El gobierno está trabajando para determinar si hay subreporte en los operadores establecidos y definir condiciones para que los operadores que están fuera del marco legal puedan entrar.

-¿Qué plantea la CRC cuando se habla de compartición de redes o infraestructura entre operadores de televisión?

-Hay compartición de infraestructura en diferentes ámbitos de telecomunicaciones, como compartición de torres, redes, y desde los mismos operadores tienen la posibilidad de compartir infraestructura en ciertas partes. Nosotros tenemos un valor para cuando se comparten postes, ductos, para que se compartan torres. En el tema de televisión, teniendo en cuenta a la Televisión Digital Terrestre, uno puede hacer una multiplexión del ancho de banda de un canal e introducir varias señales. Entonces puede pasar que alguien monte infraestructura y otros hagan uso de ella, lo que hace que el costo de operación para todos sea mucho más conveniente.



Equipamiento y Soluciones para Head Ends y Estudios



Embebedores / Desembebedores
Conversores AD / DA de Video
Conversores AD / DA de Audio
Conversores de Normas
TBCs
Procesadores y Correctores de Color
Distribuidores SDI, ASI y Analógicos
Generadores
Up Links
Cámaras
Switchers
Instrumentos
Consolas de Audio
Cables, Conectores y Patcheras
Slow Motion y Super Slow Motion

Microfonos
Monitores
Patcheras
Matrices
Medición y Monitoreo
Transporte por de Audio y Video por IP
Enlaces de Fibra
Enlaces de Microondas
Head End Digitales
Sistemas de Ingesta, Edición y Gestión
Multiviewers
Encoders MPEG2 y MPEG4
Servidores de Audio y Video

CURSOS
INGENIERÍA
DISEÑOS
ASESORAMIENTO
INSTALACIÓN



ACQUA ELECTRONICS S.A.

Lisandro de la Torre 20 1ºPiso "B" CABA, República Argentina

Tel.: +54 11 4115 7619 / +54 11 4115 7613

acqua@acquaelectronics.com / www.acquaelectronics.com.ar

Alejandro Harrison, CEO de Chello Latin América: “Aprovechar la experiencia”

“SI BIEN CHELLO LATIN AMÉRICA ES NUEVA EN LA REGIÓN, NUESTROS CANALES YA SE DISTRIBUYEN DESDE HACE AÑOS Y SON RECONOCIDOS”, DESTACA EL EJECUTIVO.



Alejandro Harrison, CEO de Chello Latin América

A principios de año, Chellomedia, la compañía internacional de contenidos de Liberty Global, Inc. anunció el lanzamiento de Chello Latin America, una nueva empresa que actualmente ofrece servicios de televisión a más de 100 millones de hogares en la región. Para conducir los destinos de este jugador que fusiona las operaciones anteriores de Pramer SCA., MGM Latin America LLC, y Canal Cosmopolitan Latinoamérica LLC, se designó como CEO a Alejandro Harrison, quien venía cumpliendo esa función anteriormente en Pramer. Revista ATVC lo entrevistó para saber cuáles son las expectativas y metas para esta nueva etapa.

-¿Cuáles son los objetivos inmediatos para la compañía en la región?

-En lo inmediato debemos lograr reconocimiento para nuestra nueva identidad y compañía. Si bien Chello Latin America es nueva en la región, nuestros canales ya se distribuyen desde hace años y son reconocidos. Como parte del grupo Chellomedia, que es la división internacional de contenidos de Liberty Global Inc., contamos con una vasta experiencia como programadores y distribuidores en los mercados de Europa, Asia y África. Debemos aprovechar esta experiencia para intentar traer lo mejor de esos conocimientos al mercado de Latinoamérica.

-¿Qué cambios puede haber para los operadores a partir de la unificación de las operaciones de Chello Latin America?

-Creo que podremos mejorar y simplificar las relaciones con nuestros clientes. La posibilidad de negociar en un solo acuerdo un mayor grupo de señales lo hace más atractivo que hacer negociaciones individuales. Continuamente evaluamos si debemos traer nuevos canales o productos a la región.

-¿Se modificará la estrategia comercial con este portfolío de señales unificado?

-No habrá grandes cambios en nuestra estrategia comercial. Vamos a poder estar atentos a las necesidades y demandas de nuestros clientes, pudiendo generar ofertas flexibles y atractivas para sus pantallas.

-¿Qué impulso habrá para las producciones originales de los distintos canales en la región?

-La producción original será donde pondremos nuestros mayores esfuerzos. Creemos que nuestra capacidad de producir contenidos originales para el mercado regional es nuestro principal factor de diferenciación. Esperamos producir más

programas con nuestra nueva escala y fuerza comercial.

Una oferta cuantiosa y variada

La cartera de Chello Latin America está ampliamente distribuida en la región e incluye tres géneros: Películas -MGM, MGM HD, Film and Arts, Europa Europa, y Canal (a); Mujeres y estilo de vida -El Gourmet, Cosmopolitan TV, Casa Club TV y Ella- y Hombres -Reality TV y AM Sports-. La combinación de la cartera existente es de 124 millones de hogares.

Con sede en Miami y oficinas en Buenos Aires, Chello Latin America administrará y distribuirá sus canales de televisión paga, así como el desarrollo de negocios a través de fusiones y adquisiciones, alianzas estratégicas e inversiones. Sobre la base de la exitosa trayectoria de Liberty Global, como programador en la región, la nueva unidad de negocio también se beneficiará de la solidez de los negocios globales de Chellomedia a través de la colaboración de Chello Multicanal (España y Portugal), Chello Central Europe, Chello Benelux y Chello Zone (Reino Unido e Internacional).

Presentación en Colombia

“Estamos orgullosos de pertenecer a esta nueva compañía que tiene una oferta que busca jerarquizar la propuesta de la televisión paga en la región”, expresó Alejandro Kember, durante la presentación de Chello Media Latinoamérica dentro del marco de Andina Link 2013.

Los ejecutivos presentes en la expoconvención que se llevó a cabo en la ciudad de Cartagena destacaron el potencial de la nueva compañía unificada, que llevará a los operadores una oferta de señales completa y de alta calidad.

“Chello Media, subsidiaria de Liberty Global, tiene presencia en todos los continentes y en este arranque la filial de Latinoamérica cuenta con una cartera de 124 millones de clientes en la región y presencia en todos los países”, puntualizaron.



Alejandro Kember durante la presentación de Chello Latinoamérica



La tecnología en NHK World

LOS ESTRENOS DEL CANAL NHK WORLD MUESTRAN A LOS ESPECTADORES ASOMBROSOS ASPECTOS DE LA TECNOLOGÍA, EN SUS MÁX DIVERSAS FACETAS Y ACTIVIDADES. ALMACENAMIENTO DE DATOS, AGRICULTURA Y MÚSICA EN SUS ASPECTOS MENOS CONOCIDOS.

La señal de origen japonés presenta distintas producciones relacionadas con los temas tecnológicos. Uno de ellos, "La nueva frontera de los innovadores", muestra cómo a medida que las sociedades dependen más de la información, necesitan sistemas que sean capaces de procesar grandes cantidades de ésta. NTT, la Corporación de Telégrafos y Teléfonos de Japón y una nueva empresa originaria de la Universidad de Tokio, Preferred Infrastructure, colaboraron para desarrollar "Jubatus", un marco de procesamiento distribuido, caracterizado por un funcionamiento en tiempo real, procesamiento a gran escala y funciones de análisis profundo. A diferencia de muchos potentes sistemas, este se ha puesto a disposición del público en forma gratuita. La transmisión sigue a los desarrolladores de "Jubatus" y presenta sus puntos de vista sobre las posibilidades y el futuro del análisis de cantidades masivas de datos. "Cerrado, territorio para la innovación" es un documental que trata sobre Brasil. Ese país

se sustenta en lo que se considera como un enorme granero, que se extiende a lo largo de una sabana interior llamada Cerrado. La zona durante mucho tiempo había sido estéril y abandonada. Sin embargo, como resultado de continuos esfuerzos y cooperación con Japón durante un cuarto de siglo, el Cerrado se ha transformado poco a poco en un rico vergel. Esta revolución agrícola ha ayudado a impulsar a Brasil como el principal exportador de cultivos del mundo. Agricultores de lugares como Mozambique, un país con grandes extensiones de tierra virgen, aspiran a emular su desarrollo agrícola. Con comentarios de los agricultores y de los miembros del personal de JICA (Japan International Cooperation Agency), el programa documenta el desarrollo del Cerrado y explora el papel de la asistencia japonesa. Por último, "Nueva tecnología musical" presenta música "Vocaloid". Se trata de una tecnología de sintetizador de voz

desarrollada por Yamaha y popularizada por Hatsune Miku y otros personajes virtuales. Los usuarios ingresan la melodía para ser procesadas con fragmentos de voces grabadas de cantantes reales, produciendo una voz sintetizada. La música VOCALOID ha dejado su impronta, con algunas canciones, colocadas incluso en un alto rankind del karaoke. El nuevo programa de ENJ (Enjoy Network Japan) presentará este campo de la música a la audiencia global.



TBS veryfunny estrenó la segunda temporada de Anger Management



TBS veryfunny, el primer canal de cine y series de la región dedicado 100% al humor para toda la familia, le trae a los fanáticos, la segunda entrega de Anger Management, la sitcom que marcó el

regreso de Charlie Sheen a la pantalla chica. La audiencia puede ver la serie a partir del jueves 21 de marzo a las 21:30 en un especial de doble episodio para celebrar el humor con el inicio de esta segunda temporada.

Como en la primera temporada de la sitcom, Sheen seguirá poniéndose en la piel de un ex jugador de baseball, cuya irritante personalidad, lo llevó a convertirse en un terapeuta especialista en el manejo de la ira. En esta segunda versión, continuará compartiendo elenco con Selma Blair y Shawnee Smith y Daniela Bobadilla, su ex mujer e hija en la serie.

Además, el ingrediente sorpresa, será que al padre de Charlie, Martin Sheen, quién ha participado de la serie en la primera entrega, será un personaje regular. El multipremiado actor, al igual que en la vida real, tiene el papel de padre de Charlie en la serie.

Basada en la comedia Locos de ira, protagonizada por Jack Nicholson y Adam Sandler, Anger Management batió récords de audiencia en su primera temporada en Estados Unidos y obtuvo la mayor audiencia de una nueva comedia en la televisión por cable en el 2012, con un promedio de 4,53 millones de espectadores totales. Además, cabe recordar que el primer episodio, se convirtió en el estreno de comedia más visto en la historia del cable en prime time en Estados Unidos y tuvo una gran aceptación en el público de Latinoamérica.

La segunda edición de esta sitcom contará con invitados especiales como Cee Lo Green, Slash y Ashley Fink, entre otras estrellas invitadas. TBS veryfunny continúa apostando a que los televidentes se rían las 24 horas del día, y celebra el humor como tendencia, con el regreso de Charlie Sheen y la segunda temporada de Anger Management.

Syfy *En abril, Defiance llega a Syfy*

SYFY ESTRENA EL DRAMA ÉPICO "DEFIANCE" EN LATINOAMÉRICA, COMO PARTE DEL LANZAMIENTO GLOBAL, CON UNA TRANSMISIÓN SIMULTÁNEA DEL PRIMER EPISODIO POR UNIVERSAL CHANNEL



El martes 16 de abril a las 22 horas, Syfy revolucionará la narración de cuentos con el estreno de dos horas de duración de Defiance, el drama-fantasia de ciencia ficción creado por NBC Universal International Television Distribution. Tras el estreno mundial, la serie será transmitida regularmente cada martes a las 23 horas por Syfy.

Ambientada en un futuro cercano, la trama de Defiance trata sobre el planeta Tierra transformado completamente, cambiado luego de una guerra intergaláctica devastadora entre la raza humana y siete razas extraterrestres únicas. Vagando por los paisajes desolados, donde todo el mundo lucha por la supervivencia, el misterioso Nolan (interpretado por Grant Bowler), y su hija adoptiva Irisa (interpretada por Stephanie Leonidas), tienen que asentarse en la ciudad de San Luis, Missouri -rebautizada como "Defiance" después de la guerra-, una ciudad donde los extraterrestres y los humanos coexisten. Defiance es una revolución de transmedios para la cual Syfy y Trion Worlds han unido fuerzas para ofrecer una historia épica que existe no sólo en la serie, sino también a través de un videojuego en línea que se puede jugar en forma paralela. Los

eventos más importantes -las revoluciones, los desastres naturales y los ataques alienígenos-, ocurren simultáneamente en el juego y en la serie, impactando al mundo entero de Defiance. Aun cuando la serie y el videojuego presentan un mundo interconectado, cada parte puede ser experimentada de forma completamente independiente.

"Defiance es una aventura de ciencia ficción apasionante, y estamos seguros de que nuestra audiencia latinoamericana quedará completamente cautivada por el relato, que está lleno de acción", comentó Ken Bettsteller, Director General de Universal Networks International Latinoamérica. *"Como parte del lanzamiento mundial de Defiance, el episodio piloto se estrenará tanto por Syfy como por Universal Channel. Esta transmisión simultánea -nunca antes realizada-, es una iniciativa clave para ampliar el alcance de la serie en América Latina y dar, a la mayor cantidad de espectadores, una mirada al contenido de alta calidad que Syfy ofrece".*

El episodio piloto de dos horas de Defiance se estrenará el 16 de abril a las 22 horas, simultáneamente en Syfy y Universal Channel. Los episodios subsiguientes serán de una hora y se estrenarán únicamente por Syfy, los martes a las 23 horas.



Vuelven Los Simpson y Futurama por Fox

Fox presenta desde marzo la temporada nueve de "Futurama", la sarcástica serie animada sobre la vida en el futuro. Phillip, Leela y Bender vuelven a la pantalla de FOX con nuevas e insólitas anécdotas en Planet Express. En el primer episodio de esta nueva edición, Bender es papá! El robot cleptómano que funciona a base de cerveza tendrá un hijo con nada más y nada menos que la máquina expendedora de gaseosas de la oficina!

Además, vuelven también "Los Simpson" con su temporada número 24. La familia más famosa y divertida vuelve a la pantalla con nuevos episodios. Esta nueva temporada contará con la participación especial de estrellas como Steve Carrell, Edward Norton, Natalie Portman, Justin Bieber, Tom Waits, Zooey Deschanel, Carrie Brownstein, Sleater-Kinney, Fred Armisen y Colin Meloy.

En el primer episodio, Los Simpson viajan a la ciudad de Nueva York en busca del amor perdido de Bart, Mary Spuckler, quien se fue de Springfield lejos de su rústica familia para empezar una nueva vida en la gran manzana. Lisa y Marge están ansiosas por recorrer toda la ciudad pero cuando se dan cuenta que su presupuesto no es suficiente para ir a ver un musical en Broadway, se conformarán con una obra de Shakespeare gratuita, que no resultará como esperaban.

Reconocida por Guinness World Records como la serie guionada en el aire más larga en la historia de la TV, "Los Simpson" ha sido nominada a cinco Premios Emmy en 2010, 27 Premios Emmy, 26 Premios Annie, 5 Genesis Premios, 9 Premios International Monitor y 7 Premios Environmental Media.





Motochefs y Café San Juan, por Utilísima

Desde marzo, Utilísima renueva su grilla con dos importantes novedades. La primera de ella es la producción original "Motochefs", en la cual los reconocidos chefs Aarón Sánchez y Aquiles Chávez regresan a la pantalla del canal para emprender un viaje lleno de retos, aventuras y sabor, desde Houston, EE.UU. hasta México D.F.

"Motochefs" es un recorrido por los rincones más recónditos en busca de historias, platos, ingredientes y sabores. En cada episodio de una hora, Aarón y Aquiles deciden cuál será próximo destino en función del plato sobre el que quieren indagar. De ese modo, montados en rústicas motocicletas, los chefs aventureros recorrerán más de 2000 kilómetros, conociendo lugares como San Antonio, El Paso, Monterrey y Guadalajara. En cada destino, Aarón y Aquiles recorren sus calles y mercados, y conocen su gente dejando su impronta, intercambiando conocimientos y contribuyendo a través de su arte culinario.

Por otra parte, también el chef argentino Leandro Lele Cristóbal, alma mater de uno de los restaurantes más emblemáticos de Buenos Aires, regresa a la pantalla de

Utilísima con una nueva apuesta: la puesta en marcha de "Café San Juan, La Cantina". En esta tercera temporada de "Café San Juan", Utilísima acompaña a Lele Cristóbal no sólo en un recorrido por distintos lugares en la Argentina donde recibirá a invitados locales e internacionales, si no que sumará la gran aventura de abrir "La Cantina", su segundo restaurante.

Fiel a su estilo, Lele se ocupará de cada detalle de la obra, el equipamiento, la búsqueda de proveedores y productos y la selección del personal de cocina y de salón. Pero por sobre todas las cosas, deberá ir en busca de nuevas tendencias para armar una carta completamente distinta a la su primer reducto.



Otra temporada de El Mundo de Playboy



Llega a Playboy TV una nueva temporada de "El Mundo de Playboy", con diferentes secciones como Relatos Eróticos, Beauties, Fantasías, Conejitas y mucho más. Lo mejor del apasionante Mundo de Playboy reunido en una serie única, de la mano de la sensual top model argentina Carola Kirkby. Carola Kirkby salta a la fama en el Elite Model Look en 2001, el scouting que ha descubierto a supermodelos como Linda Evangelista, Gisele Bündchen y Cindy Crawford. Su trabajo la lleva a vivir en capitales de la moda como París y Milán, además de viajar alrededor del mundo. Fue la compañera de Raúl Portal durante el último año del recordado "Perdona nuestros pecados" y ha realizado especiales para las principales canales de entretenimiento de Latinoamérica.



La TV paga, imprescindible para una campaña publicitaria

LAMAC, la organización que representa a más de 40 canales de TV Paga en Latinoamérica, difundió recientemente más información sobre la situación de la TV Paga en Argentina a enero 2013. Las cifras del informe de LAMAC demuestran el alcance masivo de la TV Paga a lo largo y ancho de todo el territorio argentino, ratificando su fortaleza de medio nacional. Lo más destacable del informe se relaciona con la diferencia significativa que existe entre las provincias del país en relación a la penetración de la TV Paga. Si bien el universo de TV Paga en el país crece sostenidamente, se mantiene en los años la disparidad geográfica.

En el sur del país se registran los niveles de penetración más altos de la TV Paga, con cifras por encima del promedio nacional. Se destacan las provincias de Santa Cruz, Neuquén y Rio Negro, con porcentajes superiores al 90% de penetración en hogares. La ciudad autónoma de Buenos Aires, y las provincias de Catamarca, Chubut, La Pampa, San Juan, San Luis, Mendoza y Tierra del Fuego también exhiben porcentajes mayores al 80%.

En el norte del país se informan los niveles de penetración en hogares más bajos del país. En las provincias de Chaco, Formosa, Misiones y Tucumán, la penetración ronda el 55%. Santiago del Estero se destaca como

la provincia con menor impacto del medio, que aquí alcanza al 44% de los hogares.

Valeria Beola, country manager de LAMAC Argentina, explicó la importancia de esta información para la industria publicitaria: "La TV Paga es un medio de alcance nacional, pero registra niveles de consumo diferentes entre áreas geográficas. Nuestro informe ayuda a los anunciantes a determinar el potencial de alcance que pueden lograr las pautas publicitarias en cada uno de los mercados de interés para sus marcas. Es una herramienta fundamental para tomar decisiones informadas y evaluar correctamente el retorno de sus inversiones en televisión".



Sandra Chávez,
Subdirectora de Ventas
para Latinoamérica de MVS

“Tenemos por delante un gran trabajo”



CON GRAN FORTALEZA EN MÉXICO Y CENTROAMÉRICA, MVS DA SUS PRIMEROS PASOS EN EL CONO SUR CON SU OFERTA DE CUATRO SEÑALES. SANDRA CHÁVEZ, SUBDIRECTORA DE VENTAS PARA LATINOAMÉRICA, CUENTA QUÉ ESPERA LA COMPAÑÍA PARA ESTE AÑO.

-¿Cómo les fue el año pasado con las señales y cuáles son las fortalezas de MVS?

-El año pasado fue un año de introducción al mercado. Nosotros llevamos más de 25 años en el mercado. Tenemos la experiencia de producir y de armar canales. Hemos armado más de 20 canales, y también hacemos producción para terceros.

-¿Cuál es la perspectiva en el Cono Sur?

-El tema en el Cono Sur es que se trata de un mercado que está concentrado, tal como sucede en otros países de Latinoamérica. Nosotros vemos grandes áreas de oportunidades, sobre todo en los cableoperadores pequeños y medianos. Los grandes MSO tienen otro nivel de negociaciones. Pero vemos un potencial con los cableoperadores pequeños que necesitan contenido diferenciador para poder competir. Y necesitan que sea más accesible a nivel precios. Entonces nosotros apuntamos a ese mercado sin descuidar, por supuesto, a los MSO.

-¿Cómo se compone la oferta de señales para esta región?

-Nosotros tenemos cuatro señales para este mercado del Cono Sur. Una de ellas es Cine Latino, un canal con películas latinas, como su nombre lo indica: películas premiadas, lo más reciente, lo contemporáneo, todo sin cortes comerciales, como si fuera un canal Premium. Tenemos también Exa TV, que es nuestro canal musical. Los jóvenes quieren hoy escuchar la música y ver a su banda. La música que pasamos va variando. A veces es 60% en inglés y 40% en español. Ahora tenemos 50% y 50%. Los mismos jóvenes van orientándonos y vamos programando lo que ellos quieren. Luego está Multipremier, que yo digo que son tres en uno, porque es cine doblado al español que tiene películas europeas, cine erótico y cine de Hollywood. Es decir, contenido para todos los gustos. Por último, tenemos Viva Sports, que es

un canal de entretenimiento deportivo. Todo lo que gira alrededor del deporte: películas, animé, documentales, noticieros y mucho deporte extremo europeo. Esa es nuestra oferta para el Cono Sur.

-¿Cuál es la estrategia para este año?

-Para este año tendremos presencia en las ferias porque consideramos importante estar a fin de poder captar clientes. Es imposible ir a recorrer cada sistema de cable. Esta presencia en las exposiciones es un primer paso para hacer el contacto y que nos conozcan.

-¿En qué territorios están mejor posicionados y en cuáles les interesaría avanzar más?

-Tenemos ya algunos clientes en Argentina y en Uruguay, pocos en Chile, estamos abriendo en Paraguay y nos faltaría Bolivia. O sea que tenemos por delante un gran trabajo que hacer y mucho por recorrer.



HBO estrena la tercera temporada de Game of Thrones

La batalla por el Trono de Hierro entre las familias que dominan los Siete Reinos de Westeros seguirá en la tercera temporada de la serie original de HBO, Game of Thrones. Ganadora de dos Emmys 2011 y seis Globos de Oro 2012, la serie está basada en los famosos libros de fantasía “Canción de Hielo y Fuego”, de George R. R. Martin. HBO Latin America estrenará en simultáneo con Estados Unidos la tercera temporada en el próximo 31 de marzo.

Muchos de los eventos durante las primeras dos temporadas terminarán de manera violenta, con varios de los protagonistas enfrentando sus destinos. Nuevos enemigos con intenciones de conquistar el Trono de Hierro surgen desde lugares inesperados.

Personajes viejos y nuevos se enfrentarán a las exigencias de las familias, el honor, la ambición, el amor, y –sobre todo– la supervivencia, ante la guerra civil que se desatará en Westeros durante otoño y en donde cualquiera puede morir.

La familia Lannister mantiene el dominio de King’s Landing, tras rechazar el ejército de Stannis Baratheon (hermano del rey muerto), Robb Stark–Rey del Norte–aún controla gran parte del sur sin haber perdido ninguna batalla. Hacia el norte, Mance Rayder (nuevo personaje interpretado por Ciarán Hinds) ha reunido a los bárbaros para marchar hacia el sur y escalar el Muro – creando el ejército más grande jamás visto en Westeros. Solo



el Night’s Watch se interpone entre él y los Siete Reinos. En la otra orilla del mar Angosto, Daenerys Targaryen –reunida con sus tres dragones– parten hacia la bahía Slaver en busca de barcos y aliados para reconquistar su casa.

La serie contará con nuevo talento incluyendo a Diana Rigg como Lady Olenna Tyrell, Mackenzie Crook como Orell, Clive Russell como Bryndon “The Blackfish” Tully, Nathalie Emmanuel como Missandei y Kerry Ingram como Shireen Baratheon.



Perú Integrando los Cinco Continentes

V CUMBRE APTC TARAPOTO 2013

SAN MARTIN, PERU - 25 Y 26 DE ABRIL



Cartoon Network cumple años y lo festeja con una programación especial

DURANTE EL MES DE ABRIL CADA DÍA SERÁ UNA GRAN FIESTA EN CARTOON NETWORK: BEN 10, TOM ET JERRY, GUMBALL, BUGS BUNNY, FINN, JAKE, BURBUJA, MORDECAI Y RIGBY SE REÚNEN PARA CELEBRARLO.



Durante todo abril, la divertida e irreverente marca festeja su cumpleaños con una programación pensada tanto para niños como para aquellos que han crecido con sus inolvidables personajes. De aquella idea revolucionaria de hace 20 años de lanzar un canal sólo de caricaturas, Cartoon Network se ha convertido en uno de los canales más vistos por niños de 4 a 11 años, sorprendiendo y entreteniéndolos a más de 47 millones de hogares en América Latina.

El canal festejará en grande a partir del 1° de abril con una hora diaria de lo más divertido de Cartoon Network: 30 días y 30 horas de diversión. El canal cambiará su programación habitual por un sinfín de bloques temáticos especiales, que celebrarán tanto a personajes clásicos como a sus últimas estrellas. Así, se podrán ver los mejores momentos de cada show, con temas como: el mejor lugar para vivir, los mejores amigos, los mejores momentos

de Copa Toon, el mejor programa de comedia y de acción, y muchos más.

La gran celebración será entonces de lunes a sábado todo el día. Además, cada viernes a las 11:00 a.m. se emitirán bloques de una hora de clásicos, como Dexter's Laboratory, Las Chicas Superpoderosas, Mansión Foster para amigos imaginarios y Las sombrías aventuras de Billy y Mandy.

Y como si eso fuera poco, Cartoon Network festejará los sábados y domingos con los maratones más divertidos. Empezarán el domingo 7 de abril a partir de las 10:00 a.m. con todos los personajes favoritos del canal; después el sábado 13 de abril, Finn, Jake, Mordecai y Rigby se prepararán para el maratón de Hora de aventura y Un show más. El sábado 20 de abril a partir de las 10:30 a.m. se transmitirán dos de las películas más fantásticas de los últimos tiempos: Charlie y la fábrica de chocolate y Willy Wonka y la fábrica de chocolates, la

primera versión de esta misma película.

Este festejo es tan único que todos se suman para desear a Cartoon Network un feliz cumpleaños señales como TNT, TBS, Space, I-SAT, Boomerang, TruTV, TCM, Infinito y Tooncast, las cuales incluirán las series estrellas de Cartoon Network en su programación durante dos horas exclusivas a finales de abril.

Para cerrar el festejo a lo grande el canal diseñó un especial de Celebración para el domingo 28 de abril de 6:00 a.m. a 4:00 a.m. del día siguiente. Allí se podrá ver lo mejor de los clásicos, como Dexter's Laboratory, Las Chicas Superpoderosas y Las sombrías aventuras de Billy y Mandy junto con lo mejor de los nuevos éxitos, como Hora de Aventura. Además, se sumará una increíble sorpresa: el estreno de nuevos episodios de El increíble mundo de Gumball, Mad y un especial de media hora de Un show más. Será una celebración inolvidable.

Disney anuncia un nuevo concepto: Disney Springs

Walt Disney World Resort anunció la transformación de Downtown Disney a un nuevo concepto, Disney Springs. La transformación, que se llevará a cabo en los próximos años, convertirá a Disney Springs en un destino único con más tiendas, restaurantes y entretenimiento bajo un hermoso paseo al aire libre entre un mágico manantial.

Disney Springs contará con una mezcla ecléctica y contemporánea de Disney y

otras destacadas marcas. Desde boutiques exclusivas hasta tiendas de marcas reconocidas, los visitantes tendrán para elegir entre una variedad de locales, restaurantes y entretenimiento único en su clase actualmente no disponible en la Florida Central.

"Disney Springs será un lugar vibrante, donde los visitantes de Walt Disney World y los residentes locales podrán relajarse, comprar, comer y entretenerse en un ambiente imaginativo que



los hará sentirse como en casa", dijo Tom Staggs, presidente de Walt Disney Parks and Resorts.

exp CANITEC

2013

Liderazgo e Innovación

29 - 31 de Mayo
Ciudad de México
Centro Banamex

4
PL 4A



Patrocinadores Oficiales



9 **Multichannel Latin America anunció la promoción de Santiago Herrera**



Melisa Quinoy Vicepresidenta Senior de Ventas de Publicidad de A&E Ole Networks, anunció la reciente promoción de Santiago Herrera a Vice Presidente de Ventas Publicitarias Pan-Regionales para los canales A&E, History, Bio y E!.

Con más de 15 años de experiencia en la industria, Herrera cuenta con una sólida trayectoria profesional y con una impecable relación con sus clientes. Entre sus logros se encuentra la implementación de campañas 360 así como de la utilización de innovadoras aplicaciones en celulares, tabletas y TV. Bajo su liderazgo tiene un equipo de ventas de primer nivel quienes han superado sus objetivos y proyecciones de la industria Pan-Regional logrando un crecimiento de más del 110% en tan solo dos años.

"Para nosotros es muy importante contar con el liderazgo, visión, y creatividad de ejecutivos como Santiago Herrera quien ha sido una pieza clave en la continua consolidación de nuestras marcas. Además de lograr un crecimiento constante en ventas ha creado un equipo que se ha tomado en referente de la industria", enfatizó Melisa Quiñoy.

9 **Fred Medina, con nuevas responsabilidades en BBC Worldwide**

Paul Dempsey, Presidente entrante de Mercados Globales, de BBC Worldwide anunció hoy la designación de Fred Medina como Director General y lo confirmó en su cargo de Vicepresidente Ejecutivo para América Latina y el mercado hispano de los Estados Unidos, con la responsabilidad de liderar el proceso de reorganización en la región, que le dará una nueva configuración al negocio actual. BBC Worldwide pasará de ser divisional a ser regional, con lo cual Medina asumirá el control de todas las áreas de negocio de la compañía británica en Latinoamérica, incluyendo canales, ventas de contenidos, productos al consumidor y producción.



Esta reorganización reforzará el enfoque de la compañía hacia los mercados internacionales, permitiéndole capturar futuras oportunidades de crecimiento en todo el mundo. Esto significa que a partir del 2 de abril de 2013, la estructura actual de BBC Worldwide, conformada primordialmente por cinco divisiones globales, dejará de existir. Con estos cambios, las regiones tendrán independencia financiera y plena responsabilidad comercial, para de esta forma poder trabajar más cerca de sus clientes y audiencias.

9 **David Guerra, en Vivid TV**



Vivid TV, la división de canales lineales y servicios bajo demanda de Vivid Entertainment, la mayor empresa productora de contenido adulto del mundo, anunció la designación de David Guerra como vicepresidente senior de distribución y mercadeo para América Latina y el Caribe. El ejecutivo, quien cuenta con más de 15 años de experiencia y sólidas credenciales internacionales en la industria de la televisión y las telecomunicaciones, estará basado en Miami y reportará directamente a Ken Boenish, Presidente de la empresa a nivel global.

"La incorporación de ejecutivos de reconocida trayectoria en la industria es clave para la expansión de VividTV en el ámbito internacional", afirmó Boenish. *"Confiamos en que la experiencia de David nos permitirá desarrollar rápidamente nuestro negocio en el mercado latinoamericano y posicionar a VividTV como la marca que ofrece el contenido adulto multiplataforma más exclusivo y galardonado de la región",* concluyó.

Como vicepresidente senior de distribución y mercadeo, Guerra encabezará un dinámico equipo de profesionales basado en Miami y las principales ciudades de América Latina dedicado a impulsar la presencia del portafolio de productos de VividTV en la región.

9 **Damien Marchi, en Euronews**

En un contexto de mutación total del sector de los medios de comunicación, Euronews implanta una nueva organización y acelera la producción de la información destinada a todos los modos de consumo.

Esta nueva organización sitúa en adelante todos los productos de Euronews, ya sean digitales o no, en el centro de la estrategia del canal. El elemento fundamental de esta estrategia, como lo había anunciado Michael Peters en la conferencia de prensa mundial de octubre de 2012, está basado en la experiencia del usuario.

En el marco de esta dinámica, Damien Marchi entra en Euronews y se hace cargo de la nueva dirección de Producto: la dirección de Marketing y de Innovación de Producto.

Damien tiene la misión de desarrollar la estrategia y la oferta de productos y servicios media de Euronews, existentes y futuros, a escala internacional. Damien se encargará de asegurar su eficiencia y reforzar el lugar que ocupa Euronews entre los líderes mundiales de la información. A dicho título, entra en el Comité Ejecutivo de Euronews.



Nuevo Director de Programación en Discovery Kids LA

Discovery Networks Latin America/US. Hispanic (DLA/USH), una división de Discovery Communications anunció el nombramiento de Flavio Medeiros como director de programación para Discovery Kids. Medeiros estará basado en Sao Paulo y reportará directamente a Angela Recio Sondón, vicepresidenta y directora de los canales Discovery Kids, Discovery Home & Health y TLC.

"Medeiros se destaca por su experiencia en las áreas de programación para niños, adquisiciones y ventas dentro de la industria de la TV de paga", comentó Angela Recio Sondón, vicepresidenta y directora de Discovery Kids, DLA/USH.



"Confiamos en que aportará a Discovery Kids su demostrado éxito en programación y adquisiciones a fin de contribuir con el continuo crecimiento de nuestro canal en la región", agregó la ejecutiva.



TEPAL

EXPO CONVENCION

23

DESDE LATIIONAMERICA PARA EL MUNDO

EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES Y DE TELEVISIÓN POR CABLE E INALÁMBRICAS, UTILIZACIÓN Y APROVECHAMIENTO DE LOS SERVICIOS DE BANDA ANCHA, SERVICIOS OTT Y MULTIPLATAFORMAS, INTERACTIVIDAD, ADMINISTRACIÓN, MERCADEO Y VENTAS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES Y TELEVISIÓN PAGADA, TECNOLOGÍA Y MANTENIMIENTO DE REDES Y CABECERAS.

LUGAR

HOTEL THE WESTIN PLAYA BONITA
CIUDAD DE PANAMÁ
REPÚBLICA DE PANAMÁ

FECHA

14 AL 16 DE AGOSTO DE 2013

REGISTROS
STANDS - LOUNGES

WWW.TEPAL.ORG



THE WESTIN
PLAYA BONITA
PANAMA



TELS.: +507-390-3419 · 390-7758 · FAX: +507-390-3429 · EXPO@TEPAL.ORG · WEB:TEPAL.ORG

g

Discovery designó gerente general en Colombia



Discovery Networks Latin America/US Hispanic (DLA/USH) anunció el nombramiento de Felipe Cabrales Urdaneta como gerente general de la compañía en Colombia. Cabrales Urdaneta estará basado en las oficinas de DLA/USH en Bogotá y reportará directamente a Allan Navarrete, vicepresidente senior y gerente general para México, Centroamérica y Colombia.

"Confiamos en que Felipe aportará a Discovery su demostrado éxito a fin de continuar expandiendo nuestro negocio en uno de los mercados de mayor crecimiento de la región y en el cual nuestra empresa cuenta con un sólido posicionamiento", comentó Allan Navarrete, vicepresidente sénior y gerente general, México, Centroamérica y Colombia, DLA/USH.

Cabrales Urdaneta será responsable de las áreas de negocio de Discovery en Colombia, el desarrollo de acuerdos con clientes publicitarios, y el mantenimiento de relaciones con clientes y socios clave de la compañía.

g

Nuevo Director General de Deutsche Welle

Peter Limbourg (52) será el nuevo Director General de la Deutsche Welle (DW). El Presidente de la Broadcasting Board Valentin Schmidt anunció la decisión después de una reunión del órgano de control el 15 de marzo de 2013 en Berlín.

Por recomendación del Comité de Selección, los 17 miembros del Consejo de Radiodifusión eligieron al actual Vicepresidente Senior de Noticias e Información Política de ProSiebenSat.1 TV Alemania como el sucesor de Erik Bettermann con una clara mayoría. Bettermann (68), cuyo mandato como Director General de DW oficialmente terminará el 30 de septiembre de 2013, ha estado a cargo de la emisora internacional de Alemania desde 2001. Durante este tiempo, se forma significativa reorientación estratégica de DW.

Valentin Schmidt comentó: *"Peter Limbourg tiene calificaciones sobresalientes para fortalecer aún Deutsche Welle como una empresa moderna multimedia y la presencia internacional de Alemania medios de comunicación como consecuencia de ello. Él no sólo es un periodista de primer nivel con una trayectoria internacional y excelentes habilidades de lenguaje, pero también tiene una amplia experiencia de gestión en la industria de los medios".*



a

agenda 2013

Abril

NAB Show
Conferencias: 6 al 11
Exhibición: 8 al 11
Las Vegas Convention Center
Las Vegas - Nevada- USA
Web: www.nabshow.com

25 y 26
V Cumbre APTC
Tarapoto- Perú
Web: www.aptcp Peru.org

Mayo

29 al 31
Canitec
Centro Banamex- México DF
México
Web: www.canitec.org

Agosto

14 al 16
EXPO TEPAL 23
Hotel Westin Playa Bonita
Ciudad de Panamá - Panamá
Web: www.tepal.org

Septiembre

17 al 19
Expo COMUTV
Centro de Convenciones Plaza Mayor
Medellín - Colombia
Web: www.comutv.org
Web: www.expocomutv.com

25 al 27
Jornadas Internacionales
Buenos Aires- Argentina
Informes: Laura Antoniazzo
Email: laura@atvc.org
Web: www.atvc.org
Eduardo Suárez
Email: eduardosuarez@cappsa.org
Web: www.cappsa.org



Editor Responsable
Walter Burzaco

Registro de la Propiedad Intelectual
N° 357.428

Los artículos firmados no reflejan necesariamente la opinión de los editores.
Para la reproducción total o parcial deberá ser citada la fuente.

Directora:
Graciela Leombruni

Redacción, comercialización y administración:
R. Gutiérrez 4512 - 1° "B" - 1419
Bs. As. - Argentina
Tel: 54-11-45027052
Email: gleombruni@visiongrafica.com

Año: 2013
Nro. 195



22^o
EDICIÓN ANUAL

EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS
PARA RADIO, TELEVISIÓN, CABLE, CINE, SATÉLITE, ILUMINACIÓN & AUDIO

 **CAPER 2013**
broadcast • cable • cine • satélite • iluminación • audio

- Seminarios
- Conferencias
- Workshops
- Master Classes
- Mesas Redondas

MIE JUE VIE
23 24 25 OCT
BUENOS AIRES • ARGENTINA

TELEVISIÓN
CABLECINE
SATÉLITE RADIO
ILUMINACIÓN
AUDIO



www.caper.org



Tel/Fax: (54 11) 4374-9715 / (54 11) 4374-9202 . E-Mail: consultas@caper.org

tve

EN ESPAÑOL Y EN TODO EL MUNDO
IN SPANISH AND EVERYWHERE



CUÉNTAME CÓMO PASÓ



GRAN RESERVA



MASTERCHEF



INFORMATIVOS

Visítanos en / Visit us at
V Cumbre de APTC, Centro de Convenciones AQUA Stand n* 2

VENTA DE PROGRAMAS
PROGRAMMES SALES
venta.contenidos@rtve.es

VENTA DE CANALES
CHANNELS SALES
comercial.canales@rtve.es

tve

24h