



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

Jornadas Internacionales 2013

- **Sesiones técnicas**
- **Talleres de producción**
- **Exposición comercial**

Entrevistas

**Esteban Borrás
Eduardo Ruiz
Walter Sequeira**

Eventos

**Cobertura
completa de
NAB y APTC**

La hora de la evolución

**¿Cómo brindar
servicios de
telecomunicaciones?**

AYAQUIL
ARTAGENA
BARQUISIMETO
ISLA MARGARITA
SAN
SALVADOR

BUENOS AIRES MANTA
SAN JOSÉ DE COSTA RICA
POSADAS VALENCIA AMBATO
MEDELLÍN **BOGOTÁ**
ASUNCIÓN
CARACAS FRAY BENTOS VALPARAÍSO
TRUJILLO VIÑA DEL MAR **USHUAIA**
ALAJUELA LIMÓN TEGUCIGALPA
SANTIAGO **CÓRDOBA**
COLONIA CONCEPCIÓN SAN CARLOS
AREQUIPA PAYSANDU
COCHABAMBA
SANTA CRUZ DE LA SIERRA
LA SERENA SALTO
SAN PEDRO SULA
PUNTA DEL ESTE
BARILOCHE
PANAMÁ
LA PAZ
CUZCO
QUITO
CUENCA
LIMA

NUESTRAS SEÑALES LLEGAN
A TODA LATINOAMÉRICA



Departamento Venta Señales Internacionales
5411 4370 1351 | 5411 4339 1541

www.artear.com

artear
PODÉS CONFÍAR



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 Verdaguier

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 Fornelli
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

La Cámara Civil y Comercial Federal decidió por unanimidad que varios preceptos que establecía la Ley de Medios en sus artículos 45 y 48 son inconstitucionales. El artículo 45 limitaba la cantidad y el tipo de licencias que puede tener un prestador de servicios audiovisuales. Este artículo resultó impugnado por discriminatorio, por regular arbitrariamente licencias que no usan espectro radioeléctrico, por poner límites insólitos que no existen en ningún lugar del mundo y que no permiten que los medios puedan ser sustentables. También limitaba caprichosamente la producción de señales de Cable.

La segunda parte del artículo 48 hacía precaria la estabilidad de las licencias según el régimen vigente al momento de su otorgamiento, al no respetar los derechos adquiridos y el principio de no retroactividad de la ley.

Para comprender los fundamentos y los argumentos de la Cámara se pueden citar algunas de las frases más destacadas del fallo (haciendo hincapié en lo referido a la TV por Cable):

“Las restricciones contenidas en el art. 45 de la ley 26.522, en cuanto a medios que no utilizan el espectro radioeléctrico, son innecesarias pues no perturban el uso y las reservas de frecuencias que permiten la intervención de aquellas voces que no podrían expresarse si no es con el financiamiento del presupuesto nacional y/o de publicidad oficial. No son proporcionadas -pues existen alternativas menos restrictivas propias del derecho de la competencia- y tampoco son idóneas para los objetivos de lograr mayor pluralidad de voces para el debate democrático. Ello es así, pues destruir la sustentabilidad financiera de un medio independiente, disminuyendo su capacidad competitiva y degradando su posicionamiento en el mercado de internet -donde compete con los grandes grupos de las telecomunicaciones-, es una forma de restringir por vía indirecta la libertad de expresión y de información, en violación de los artículos 14 y 32 de la Constitución Nacional y del art. 13, incisos 1 y 3, de la Convención Americana sobre Derechos Humanos”.

“En nuestro país, ni el PEN que propuso el proyecto, ni el Congreso que sancionó la ley, ni la AFSCA en las normas de aplicación, ni el Estado en este juicio han producido prueba alguna que justifique la razonabilidad de las regulaciones para los cableoperadores”. (...) “En nuestro país no hubo estudio de mercado, no se determinó cuál es la escala necesaria para que una empresa sea viable, y tampoco se tuvo en cuenta la situación de la televisión satelital, cuyo porcentaje del mercado viene creciendo, y que genera problemas de igualdad ante la ley”.

“Hay una discriminación visible en el tratamiento de la televisión satelital (inciso a del art. 45), y la televisión por cable (inciso b del mismo precepto). La ley permite a un operador de televisión satelital, con una sola licencia, explotarla en todo el país, sea en la localidad que fuere. A cambio, la televisión por cable sufre todas las restricciones que aparecen en los incisos b y c del precepto mencionado. Debe tenerse en cuenta que se trata del mismo mercado”.

“En cuanto a las restricciones sobre “señales” (artículo 45, apartado 3, ley 26.522), cuya generación y circulación no necesita del espacio radioeléctrico, repercuten negativamente en la competencia y conducen a menos creatividad y a mayor dependencia de contenidos de producción extranjera”.

Concluye el fallo que: “Todos estos aspectos de la ley carecen, entonces, de razonabilidad y de proporcionalidad para alcanzar el fin propuesto, alterando la esencia del derecho de expresión que se pretende proteger”.



Las principales empresas en Jornadas Internacionales



LOS MÁS IMPORTANTES PROVEEDORES DE PROGRAMACIÓN, EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS CONFIRMARON SU PARTICIPACIÓN EN LA CONVENCION. POR OTRA PARTE, SE DIERON A CONOCER LOS TEMAS QUE SE ABORDARÁN EN LAS SESIONES TÉCNICAS.

El evento que reúne a la industria del Cable de Argentina, Latinoamérica, Estados Unidos, Europa y Asia se llevará a cabo los días 25, 26 y 27 de septiembre en el Hilton Buenos Aires y es organizado por ATVC y CAPPSSA, quienes tienen además a su cargo convocar a las principales empresas del sector de programación, equipamiento y servicios que darán marco a una cuidada exposición comercial.

Este año, en que Jornadas Internacionales celebra su 23° edición, se destacan el ciclo de Conferencias Académicas Técnicas, que organiza la Comisión Técnica de ATVC, el Día del Cable y la Educación y las Conferencias Académicas de Interés General que son el espacio de debate en el que participan reguladores, especialistas, funcionarios, académicos, educadores y actores del sector, nacionales e internacionales.

Jornadas Internacionales, es el espacio elegido por la industria y su desarrollo convergente para presentar adelantos tecnológicos, científicos, desarrollo de contenidos, tendencias a nivel internacional y las diferentes experiencias y regulaciones a nivel nacional, regional e internacional, en el que se destaca la creciente participación de compañías de equipamiento para el sector. Tal cual lo expresara Walter Burzaco, Presidente de la Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC), "el apoyo de la



Lic. Walter Burzaco

Industria, que pese a las dificultades apuesta y participa, convirtió a Jornadas Internacionales en un hito para América Latina". Por su parte Sergio Veiga, Presidente de la Cámara de Productores y Programadores de Señales Audiovisuales (CAPPSSA), señaló que "la creciente participación de ejecutivos de toda la región ha posicionado a Jornadas Internacionales como la de mayor crecimiento en los últimos años".

Sesiones Académicas Técnicas

La Comisión Técnica de ATVC, integrada por Eduardo Uría, José Machao, Fabián Di Cicco, Juan García Bish y Daniel Corbalán, dio oficialmente la bienvenida al ingeniero Rolando Barja como nuevo integrante de la Comisión, en representación de la SCTE (Society of Cable Telecommunications Engineers/USA), quien ha nombrado al ingeniero Barja Líder del Capítulo América Latina de esa organización. En una primera etapa, la Comisión Técnica de ATVC ha definido los temas a presentar en sus Sesiones Académicas Técnicas, que se realizarán el Miércoles 25 de Septiembre,

en el marco de las Jornadas Internacionales 2013. La consigna es "Actualidad y futuro de la tecnología de la Televisión por Cable". Por la mañana tendrán lugar las presentaciones referidas al HOY y por la tarde las referidas al FUTURO. Se tuvieron en cuenta principalmente las necesidades de los cableoperadores medianos y chicos de capacitar a su personal técnico para que puedan actualizar, reforzar y aumentar sus conocimientos.

Las presentaciones abarcarán los siguientes temas:

- REDES. Upgrade de redes, redes HFC, Redes PON.
- HEADEND: headend DBV y headend IP
- HD.ultra HD
- ANALISIS DE TRAFICO, consumo ,datos.
- IPTV versus DTA.

Próximamente se darán más detalles sobre el contenido de estas presentaciones, así como también acerca de los disertantes.

El ingeniero Barja viajará especialmente a Buenos Aires en el mes de junio para consensuar en el seno de la Comisión Técnica cuáles serán los temas que presentará la SCTE en su ya tradicional conferencia anual en Jornadas, que este año tendrá lugar el viernes 27 de septiembre.

Conferencia del distrito audiovisual CABA

Una novedad interesante del programa de conferencias a desarrollar en las Jornadas Internacionales 2013 la constituye el programa de capacitación que el Distrito Audiovisual de la Ciudad de Buenos Aires ha preparado especialmente para capacitar a los productores de programas para la televisión por cable. El temario, a desarrollar el día viernes 27 en el hotel Hilton, incluye:





Eduardo Suárez, Alejandro Harrison, Humberto García y Walter Burzaco

1) **“Producción de TV/Ficción y entretenimientos”**, a cargo de Victor Tevah, actual Director de Nuevos Proyectos de Pol-ka, docente en Argentina y en el exterior, Jurado de numerosos premios nacionales e internacionales y desde 2010 miembro de la Academy Internacional of Televisión (Emmy Internacional.)

- **Introducción a la producción: la idea, el concepto. Fuentes de las ideas. La narración.**
- **Brainstorming, formatos unitarios, tiras, series. Géneros, telefilms, sitcom. Concepto 360°**
- **Preproducción. Diseño de arte, vestuario, utilería, decorados, casting, scouting, presupuestos. Servicios fijos y por capítulos. Cámaras. Luces. Sonido. FX**
- **Producción. Permisos, contratos, música, aperturas, publicidad no tradicional. Desglose de capítulos. Escenas en interior y exterior. Locación. Personajes, utilería, plan de rodaje.**
- **Posproducción. Edición online y offline. Marketing, promociones, prensa.**

2) **“Introducción a los formatos televisivos: desarrollo, presentación y guión”**. A cargo de Sebastián Milstein, docente en la carrera

de Ciencias de la Comunicación (UBA) y actual Supervisor de Producción de MTV. En Promofilm, Milstein fue Director Creativo, con experiencia en producción de documentales y series para canales de Claxson, Pramer y Sogecable.

- **Definición de los diferentes géneros y formatos televisivos (particularidades e historia de cada uno, el mix de formatos, la industria de exportación de formatos)**
- **Desarrollo de nuevos formatos (la idea, el desarrollo y la realización)**
- **Presentación de formatos (realización de reel, flyer, pitch)**
- **Particularidades del trabajo de guión en los diferentes formatos de TV (entretenimiento, noticias, ficción, documental, etc.)**

Expositores

El listado actualizado de expositores es el siguiente: AMERICA TV, ARCOM, ARTEAR, AT INGENIERIA, BBC, BCD, CHELLO LATINOAMERICA, CLAXSON, CONAX, DAC, DEUTSCHE WELLE, DISCOVERY LATIN AMERICA, DISNEY & ESPN MEDIA NETWORKS L.A., ENLACE, EWTN, FOX LATIN AMERICAN CHANNELS, HBO LAG, HITECNO, INTERLINK, IRDETO, LATINO TCA, MOTOROLA MOBILITY OF ARGENTINA S.A., MULTIRADIO, MVS, NAGRA KUDELSKI, NHK WORLD, RED INTERCABLE, REPORTV, ROVI CORPORATION, RT TV – CADENA, RTVE, SAFE VIEW, SATSAID, TECNOUS, TELEARTE S.A., TELEFE, TELEVISA, TURNER ARGENTINA, TV AZTECA, TELE RED IMAGEN S.A., VIDEOSWITCH y WIRE TECH.

Agenda preliminar

La organización de Jornadas Internacionales dio a conocer la agenda preliminar de actividades, que es la siguiente:

Miércoles 25 de Septiembre

- Acreditaciones: 8 a 18 hs.
- Exposición Comercial: 11 a 19 hs.
- Conferencias Académicas
- Sesiones Académicas Técnicas
- Día del Cable y la Educación

Jueves 26 de Septiembre

- Acreditaciones: 8 a 18 hs.
- Exposición Comercial: 11 a 19 hs.
- Reunión TEPAL – Junta Directiva (por invitación)
- ACTO INAUGURAL: 11 horas
- Conferencias Académicas
- Workshops de Expositores

Viernes 27 de Septiembre

- Acreditaciones: 8 a 16 hs.
- Exposición Comercial: 11 a 17 hs.
- Conferencia SCTE (Society of Cable Telecommunications Engineers – USA)
- Conferencia Distrito Audiovisual CABA para productores de programas de televisión por cable





50 años del Cable en Argentina: una experiencia única

En el número anterior comenzamos a hablar del quincuagésimo aniversario de nuestra industria. Hicimos mención del coincidente nacimiento con una etapa de democracia pluralista y sobrevolamos las características principales de una experiencia inédita a nivel continental y mundial.

Este es un aspecto muy pocas veces destacado, incluso lo consideramos como una falencia. El Cable en la Argentina reviste una fenomenología propia diferenciada del resto del mundo.

En primer lugar, surge de empresarios ajenos a la industria de los medios. La gran mayoría de los pioneros son actores de otros rubros, vinculados a sus comunidades, que vieron una necesidad. El caso del "Negro" Benini, que nos dejó junto con "Pepe" Toledo el año pasado, es insigne. Un paisano que notó que en su pueblo no había televisión, mientras que en el resto de la Nación había derecho de acceso a este medio. Y así, a los ponchazos, se metió, hasta llegar a ser un Cable líder. O el de "Pepe", un multiempresario nato, un personaje único, al cual extrañaremos en todo aspecto. "Pepe" ideó desde cero la creación de una Red de Cables hasta consolidar un conglomerado con volumen nacional.

Otra cosa que nos caracteriza es que nunca tuvimos un marco regulatorio, hasta que nos quisieron cercenar. Repentinamente decidieron regular. Para frenar completamente nuestro crecimiento, para cortarnos, para privar a la gente del interior de todo beneficio.

Y así, tanto más. Las innovaciones tecnológicas propias de este país. El desarrollo del Cable Módem. Ser el país número dos en penetración DE CABLE A NIVEL MUNDIAL AL MISMO TIEMPO QUE UN PAIS EMERGENTE Y CON UNA PARTICIPACIÓN DE BANDA ANCHA POR CABLE MÓDEM SUPERIOR AL 34 POR CIENTO. Son elementos, datos, hitos que no pueden pasar desapercibidos.

Los cincuenta años de nuestra industria no pasarán de largo. No queremos adelantar nada, pero es preciso considerar:

- La cantidad de productoras independientes.
- La cantidad de señales.
- La cantidad de programas locales.
- La cantidad de periodistas y conductores.
- La historia de la programación y los desarrollos.
- El desarrollo de internet.
- Los sitios locales.
- Los medios desarrollados en base a la democratización de la banda ancha.

Son cincuenta años de gente, de pluralismo, de debate, de aporte a la democracia. Son cincuenta años de integración nacional, de afirmación cultural. Son cincuenta años de llevar comunicación, entretenimiento e información al interior del interior. Es la génesis de la apertura a la Sociedad del conocimiento y a la igualdad de oportunidades para los argentinos de todas las latitudes. ¿Cómo va a pasar desapercibido? ¿Cómo no vamos a hacer tremendo ruido? Somos cincuenta años de orgullo e inversión abrazada a la tierra, a la patria, a la Nación.

JORNADAS INTERNACIONALES 2013

25, 26 y 27 de Septiembre
Hilton Buenos Aires
Argentina

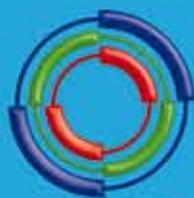
El gran encuentro anual que reúne a la industria de la TV por Cable de Argentina, Latinoamérica, Estados Unidos, Europa y Asia.

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.cappsa.org
+5411 4374 6932
+5411 4374 6982

El Corazón de la industria de TV Paga en México



DEL 29 AL 31 DE MAYO SE DESARROLLARÁ EXPO CANITEC 2013, EL SHOW QUE REÚNE A LOS MÁS IMPORTANTES OPERADORES DEL SECTOR EN ESE PAÍS.

México es el segundo territorio más numeroso en cuanto a cantidad de suscriptores de Latinoamérica, con 12,6 millones según los últimos datos revelados por Cofetel. Los operadores de las telecomunicaciones por cable, agrupados en la Canitec, reúnen a 5,6 millones de esos suscriptores (44,4% de cuota de mercado) y además entregan servicios de Internet a 2,5 millones de usuarios, de telefonía a 2,2 millones, y tiene un total de 11 millones de hogares pasados. Con una red de 95 mil kilómetros, es la segunda de telecomunicaciones cableadas de México y se ha convertido en la primera de banda ancha. Canitec nuclea a doscientas empresas de telecomunicaciones por cable y tiene presencia en 1800 ciudades.

Esta edición promete tener como eje central a la reforma para el sector de telecomunicaciones que impulsa el gobierno de Enrique Peña Nieto y que propone, entre otras cosas, limitar el potencial de los monopolios en el sector, fundamentalmente en el rubro de telefonía fija, telefonía móvil (ambos controlados por América Móvil a través de sus subsidiarias Telmex y Telcel respectivamente) y televisión abierta (Televisa).

También la reforma que recientemente ha sido aprobada por el Congreso mexicano y requiere de la aprobación de una mayoría de los congresos regionales para que quede en vías de aplicación, contempla la posibilidad de abrir el mercado para que empresas extranjeras inviertan hasta un 100% en el capital accionario de las empresas de telecomunicaciones, algo que hasta el momento estaba limitado.

Estos dos elementos se consideran esenciales para el futuro del sector, no sólo para la TV paga, sino también para la televisión abierta, donde el gobierno impulsa la posibilidad de la creación de una tercera y hasta una cuarta cadena nacional. En más de una oportunidad, empresas de origen estadounidenses han

mostrado su interés por participar en el mercado de televisión de México.

Peña Nieto heredó un escenario donde la convergencia de los servicios se pudo concretar no en forma integral y donde las controversias llegaron hasta los estrados judiciales, especialmente en materia de interconexión de redes, y terminaron por conformar obstáculos insalvables para su desarrollo.

La reforma, según prevén los analistas, le dará nueva forma a la industria de las telecomunicaciones y vendrá a resolver cuestiones pendientes como el ingreso de Telmex a la TV paga, que se ha venido postergando desde hace casi una década. Dentro de este panorama, Canitec promete ser un show importante donde se debatirá el futuro de las telecomunicaciones en México, además de permitir, tal como ocurre año tras año, que los cableoperadores conozcan de primera mano la oferta de productos y servicios de los proveedores de contenidos y tecnología que llegan desde diversos países.

Esta es la lista de empresas expositoras confirmadas para la Expo Canitec 2013:

Adam Global Communications; Alcatel, Alpha Technologies, AlternaTV, Arris, Aurora Networks, Azure, Band it IDEX, Technologies Inc., Bethel, Cablevisión, Canal 22, Canal del Congreso, Canitec, Casa Systems, CB TV, Conax, Cubavisión, Chello Latin America, DeutscheWelle, Dexin, DGTVE, Diloe, Discovery Networks Latin America, Disney/ESPN, DLA, EfectoTV, El Tigre CATV, ESNE, EWTN, Fibremex, Fox Television Group, Gobierno del DF, HBO Latin America, Huawei, IDEX, International Cable Systems, Irdeto, GosspeL, Media Networks, MGM, Milenio, Motorola de México, MVS, Newsline Report, NHK World TV, Non Stop, Pace, PCTV, Play Boy TV, PPC, Regucom, ReporTV, RGB Networks, Rovi, R TVE, Satmex, Sea Change, SIBA, SMC, Steren, Sun Channel, Telefe, TelestaL, Televisa Networks, Turner, TV Unam, TV5 Monde, TVC, Velocom (Veas), Viaccess, VIMN.



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

Excelente convocatoria y asistencia a la V Cumbre APTC

EL EVENTO QUE REÚNE A LA INDUSTRIA PERUANA DEL CABLE SE REALIZÓ EN LA CIUDAD DE TARAPOTO CON UNA SIGNIFICATIVA CANTIDAD DE VISITANTES QUE LLEGARON PARA CONOCER MÁS DE LOS PROVEEDORES Y DEBATIR LA PROBLEMÁTICA DEL SECTOR.



Corte de cintas. Manuel Aguilar Zamora y Ovidio Rueda

Con una alta concurrencia de operadores pequeños y medianos se llevó a cabo los días 25 y 26 de abril en la localidad de Tarapoto la V Cumbre APTC. Los organizadores y expositores expresaron su beneplácito por la convocatoria lograda por la feria del sector de la TV paga en ese país, que tras esta quinta edición se afianza como uno de los shows establecidos en la región.

De acuerdo con los datos proporcionados por los organizadores 550 fueron los visitantes que participaron del show comercial. A su vez, las conferencias que completaron el programa del evento contaron con sus auditorios llenos de asistentes.

Entre los conferencistas estuvieron los ingenieros Juan Ramón García Bish (Acceso a Internet y transmisión de datos en redes por cable) y Tomás Delgado (Digitalización en TV). También hubo una presentación a cargo de la Dirección General de Tecnologías Educativas (DIGITE) del Ministerio de Educación y diversos workshops de las empresas proveedoras de tecnología.

Una de las claves que contribuyó para el éxito de la V Cumbre APTC fue la elección de la sede, la cálida y atractiva ciudad de Tarapoto, que permitió que los operadores accedieran al evento con comodidad.

El presidente de la APTC (Asociación Peruana de Televisión por Cable), Ovidio Rueda, describió a la cumbre como *“un evento importante que se realiza en la industria, en donde todas las empresas cableoperadoras y demás empresas ligadas al mundo de las telecomunicaciones se dan encuentro para exponer y comercializar con los proveedores de contenidos y productos, así como también ver las principales novedades y avances tecnológicos para estar a la vanguardia”*.

Los temas que más presencia tuvieron en la cumbre fueron la posición dominante que tiene Telefónica en los derechos del fútbol por televisión y la oferta de sistemas ilegales de TV paga que minan las posibilidades de los operadores que cumplen con las normas vigentes.

En medio de un clima de negocios positivo, la V Cumbre de APTC ratificó la calidad de los encuentros que viene realizando desde hace cinco años, con una alta presencia de operadores.

Además la Asociación muestra signos de prosperidad al proseguir sumando miembros. Si bien en un principio se había anunciado que la sede de la próxima edición –que se realizará el 24 y 25 de abril de 2014– sería Lima, la ciudad capital, las autoridades de la APTC señalaron que podría trasladarse a Cusco por pedido de los participantes, y la idea es que se extienda a tres días en lugar de dos.

Un éxito rotundo

Según afirmó Ovidio Rueda en diálogo con Revista ATV, *“la expectativa era la participación de la gran mayoría de cableoperadores a nivel nacional, y obviamente la Cumbre en ese sentido ha sido un éxito rotundo. No pensábamos que iba a haber tanta gente. Hemos superado incluso lo que ocurrió en Arequipa el año pasado, que ya había sido grandioso”*.

El directivo destacó la participación de las delegaciones internacionales de proveedores de contenidos y equipamientos, *“así como también los medios de prensa internacionales que siempre nos acompañan”*, además de proveedores locales que en esta oportunidad han llegado hasta la selva del Perú.

Respecto de las conferencias académicas, aseguró: *“Las venimos reforzando en cada evento. En esta oportunidad hemos traído a los ingenieros García Bish y Tomás Delgado, dos expertos de renombre, y obviamente que eso nos está fortaleciendo y es una de las cosas que genera el*



Corte de cintas



Conferencia de prensa de APTC



Exposición comercial

interés de todos los técnicos e ingenieros para participar en esta cumbre. En el próximo evento los queremos volver a convocar, y sumar también más conferencistas de renombre para que todos nuestros ingenieros y técnicos estén al día con la nueva tecnología, que todo el tiempo está cambiando". Consultado acerca del tema de la digitalización de los cables pequeños y medianos de Perú, expresó que "se está avanzando poco a poco. Ahora el proceso de digitalización es costoso, pero los cableoperadores independientes más grandes lo están implementando. Ya se ha producido el despegue, y poco a poco se irán abaratando los costos. Pienso que para el próximo año muchos operadores ya vamos a estar transmitiendo con una cabecera digital nuestra señal para proveer la mejor calidad a nuestros usuarios".

Respecto del problema con el fútbol, el titular de la APTC señaló: "Cuando yo asumí como presidente me propuse hacer negocios con Telefónica. No queremos la señal gratis, porque ellos invierten, y por lo tanto nosotros queremos ser su aliado estratégico y contribuir. Pero no nos dieron acceso, probablemente por la competencia que hay tanto en la capital como en todas las provincias del país. Entonces ellos nos cerraron las puertas totalmente, conformando un monopolio del deporte peruano que está al alcance sólo de la gente que tiene mayor solvencia económica. Hemos tratado de negociar con ellos desde hace mucho tiempo pero no se logró. En esta oportunidad teníamos la esperanza, con Gol TV, que vino a Perú para romper el monopolio, pero sin embargo fue absorbido por Telefónica y nos marginó a nosotros, que tenemos 150.000 usuarios contando sólo los afiliados, y con los no afiliados son muchos más todavía. Queremos negociar. Queremos que Gol TV nos dé la oportunidad de renegociar, hacer un acuerdo y ser un aliado de ellos. Ojalá podamos tener esa oportunidad".

Un reclamo bien fundamentado

Para profundizar sobre el tema de la televisación del fútbol, Revista ATVC habló también con Demóstenes Terrones, vicepresidente de APTC y titular de Best Cable, quien explicó: "Nuestro reclamo está bien fundamentado, porque no puede ser posible que Gol TV primero venga, nos ofrezca el servicio, la tome un gran porcentaje de los cableoperadores de Perú correctamente contratada, y luego nos enviaron una carta diciéndonos que nos cerraban el contrato automáticamente. Y no dijeron en absoluto si tenían o no exclusividad con Telefónica. Pero Telefónica lo anuncia como exclusivo".

- ¿De qué forma los perjudicó a ustedes?

- Nos perjudicó porque nuestra clientela tenía la idea de que íbamos a poder disfrutar al menos de algunos partidos del fútbol peruano a través de Gol TV. Y luego, cuando esto se cae, hemos quedado muy mal con nuestros suscriptores.

- La APTC está luchando también contra la piratería. ¿Qué pasa ahora, al no tener la señal de Gol TV como corresponde, con los que bajan la señal de manera ilegal?

- Nos ha perjudicado más, porque esos señores ahora se bajan Gol TV Perú y pasan los partidos en vivo y en directo. Y nosotros, que somos formales, no lo tenemos. Entonces nuestros usuarios se pasan a esos servicios.

- ¿Ustedes siguen teniendo una señal de Gol TV?

- Sí, pero es una señal de Gol TV Latinoamérica (así le llaman ellos) que no pasa ningún contenido atractivo para nosotros. Lo fundamental es que no tenemos el fútbol de Perú. Nunca lo tuvimos, pero nos imaginábamos que en el nuevo contrato iba a estar incorporado eso. Ahora, al haber ellos firmado algo de exclusividad con Telefónica, no pudo concretarse.

- ¿Qué están haciendo para revertir eso?

- Estamos luchando para llegar al más alto nivel de las autoridades de Perú, para hacerles ver que acá se está consolidando un monopolio y eso definitivamente le está haciendo mucho daño a los cableeros. Creo que nuestro presidente tiene el deber de escucharnos. Como vicepresidente de APTC estoy haciendo las gestiones para poder hacer llegar nuestro reclamo y que seamos escuchados. Por otra parte, queremos que todos los operadores peruanos afrontemos juntos esta situación que nos afecta. Trataremos que todos se sumen a nuestra causa.



Panel inaugural de V Cumbre APTC

► EVENTOS



Juan Camarillo de TMS



Fernando Peña y Jesús Angulo, cableoperadores



Henry Reyes y Yecica Pineda de Max Media



Hugo Valenzuela de Pico Digital y Rosa Carrasco de Scientific Satellite



Diego Tanco de Latino TCA



José Ferrentino de Chello Latin America



Maya Korshunova de RT



Hortensia Espitaletta de Signal TV



Henry Okumura y Jorge Vargas de Econocable



Leonardo Pinto de BBC y Seminario Ramirez de Cable Visión Querecotillo



Ing. Edmond Ayvazian y Giuliana Herreman de FURUKAWA



Maribel Riega y Manuel Lobos de Mi Música



Diego Aragunde de Safeview, José Antonio Sierra y Demóstenes Terrones de Best Cable



Camilo Altamirano de Chanka Visión e Ignacio Guido de Claxson



Luis Ramirez y José Dionisio de FYCO



Mario Grossi y Graciela Gentile de ReporTV



Mauro Zamora y Shirley Nadjar de Royal Media



Jorge Vargas de Econocable y Ma. Eugenia Ramos Mejía de EWTN



Gabriel Larios de Arcom y Carlos Castañeda



Mario Molins, Fernando Figueroa y Daniel Llewellyn-Jones de HBO junto a Eliseo Puerta de TV Cable Moche



Carlos Cruz y Mónica Mayorga de Kroton

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

► EVENTOS



Vanessa Serquen (Coord. General), Shirley Godoy (Comunic. & Prensa), Shirley Lucho (Contabilidad), Milagros Comejo (Tesorería)- Staff APTC



Ovidio Rueda agradece a Scientific Satellite la cena de clausura



Ing. Tomás Delgado y Ovidio Rueda



Ma. Jesús Pérez y Rosalía Alcubilla de RTVE y Juan Ramón García Bish



Ovidio Rueda en la cena de clausura



Heiko Stolze, Britt-Yvonne Piplak, Sylvia Viljoen y David Ecker de DW



Marcelo Bresca de Televisa y Carlos Rojas de Cablemundo



Manuel Reveiz, Gerente de Ventas Región Andina y Andrés Sánchez, Ejecutivo de Cuentas Región Andina de MTV (Viacom)



Milena Celis de Signal TV



Marcelo Rizzato y Karin Chaves de ESPN con Pol Trujillo de Comunicaciones Trujillo



Demóstenes Terrones con flia. y staff de Corpertel



Juan Toth de TyC Sports



Ing. Tomás Delgado



Diego Aragunde de SafeView



Carmen Uzátegui de GrupoTVSAM, empresa pionera de TV cable en Perú



Danitza Valle y Katya Sagastizabal de Canal Adulto



Karen Torres y Mauro Zamora de Yes Channel!



Fox International Channels: Mauro Tolosa, Director de Venta a Afiliados, Patricia Franchini, Directora Ejecutiva de Trade Marketing y Fernando Leigh, Jefe de Marketing Perú



Pablo Mancuso de Alterna TV



Yne González y Patricia Villa de Discovery Latin America



Israel Cervantes de María Visión

HBO

LATIN AMERICA
GROUP



DONDE TODO COMIENZA





Fueron más de 90 mil los visitantes representantes de medios de comunicación y profesionales de la industria audiovisual provenientes de 155 países los que ingresaron a la edición 2013 de NAB, donde expusieron productos y novedades 1575 empresas y se presentaron 500 workshops o conferencias especializadas.

De acuerdo con los datos divulgados por los organizadores, el 37% de los visitantes llegaron desde Europa; un 26% fueron originarios de América y Asia mientras que el 11% restante arribaron de otras regiones. De Latinoamérica, Brasil fue el país del cual provino mayor cantidad de participantes, cerca de tres mil, mientras que de la Argentina se contaron alrededor de dos mil asistentes.

El vertiginoso y prepotente andar de la tecnología hace vislumbrar que en el futuro inmediato mucho de lo que se está imponiendo en la industria pronto vaya camino al olvido, aunque suene insólito. Mientras la expansión del estándar HD es una de las características principales que se revelan en los mercados latinoamericanos, en NAB 2013 los grandes players que imponen tendencia comenzaron a exponer sus novedades referidas al estándar 4k y que potencia a las imágenes a un nivel de máxima definición casi inimaginable.

Con esta tendencia queda claro que si bien no quedará fuera de consideración, la tecnología 3D será postergada por esta nueva tecnología que promete llevar la experiencia de ver entretenimiento a un nivel superlativo. En cuanto a la producción, los grandes



NAB 2013: crónica y balance

AVANZAN 4K, LOS ECOSISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y LAS APLICACIONES MÓVILES. EN UN SHOW CON MENOS ASISTENTES QUE OTROS AÑOS, SE VISLUMBRARON LAS TENDENCIAS DE LAS TECNOLOGÍAS QUE CAMBIARÁN A LA INDUSTRIA DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.

fabricantes plantearon sus esfuerzos para demostrar sus ecosistemas, donde los equipos convergen para entregar contenidos en todas las plataformas de reproducción audiovisual, lo que marca la necesidad de erradicar los equipos especializados para dar cabida a soluciones múltiples que conforman un entorno para la producción.

Un espacio representativo ganaron las tecnologías aplicadas a la producción de contenidos para móviles e internet, que logran un espacio cada vez más relevante y que de acuerdo con la visión de los expertos es un sendero de crecimiento constante para los próximos años.

En cuanto a Latinoamérica, se advirtió que la región mantiene una interesante perspectiva para las inversiones destinadas a la optimización de sus plataformas tecnológicas. Dentro de este escenario, teniendo presente que allí se desarrollarán el año próximo la Copa del Mundo y dentro de dos Los Juegos Olímpicos, los operadores de Brasil son los que más activos en la adquisición de equipamientos y tecnología.

Los operadores de los otros países latinoamericanos también se mostraron activos en la adquisición de equipamientos, fundamentalmente orientados a afianzar sus prestaciones dentro de lo que es alta definición.

En el caso particular que se vive por las cuestiones referidas a la política del cambio de divisas, los operadores argentinos y venezolanos, se ven retraídos en sus inversiones, más allá de las intenciones que tienen por optimizar la tecnología que disponen. En el caso de Argentina, se destacó la presencia institucional de Caper, que afianzó su participación en el evento y potenció la feria que realizará hacia fines de año.



Novedades: el estándar 4K y la compresión de video

Estos parecen ser los grandes objetivos de los grandes fabricantes para los próximos años: generar un nuevo estándar de imagen para los contenidos audiovisuales y, a la vez, reducir la demanda de capacidad del video para lograr un mayor aprovechamiento de los anchos de banda.

A continuación detallamos algunas novedades que se vieron en NAB:

El HVEC

La mejora de las conexiones ha derivado en la explosión del video streaming y esto a su vez, obligó a un mayor consumo de banda ancha. Uno de los desafíos que se plantea la industria es encontrar un estándar que alivie el uso de los anchos de banda. Motorola realizó demostraciones basadas en la compresión HEVC, que es un estándar que sucede al H.264, que promete ofrecer la misma calidad de video demandando la mitad de bitrate.

Lo nuevo del 4K

Phantom Flex 4K: se trata de una cámara muy potente, que cuenta con un sensor de 35 milímetros en su interior, capaz de grabar videos a 1000 fps con resolución 4k y puede llegar a capturas de hasta 2.000 fps. Esta cámara se pondrá a la venta a partir de octubre a un costo de US\$ 140.000.

Monitores 4K: Sony presentó las pantallas OLED 4K; una de 30 y otra de 56 pulgadas. El modelo más pequeño cuenta con una resolución de 4.096 x 2.160 mientras que más grande se sitúa en 3.840 y 2.160. Hasta el momento no se anunció cuándo estarán a la venta.

Proyectores 4K: Christie presentó proyectores con una resolución 4K a 60 Hz bajo la marca Christie D4K2560. Ambos incorporan la tecnología 3-chip DLP con el fin de reforzar el brillo.

Presencia de CAPER en NAB



CAPER participó nuevamente este año con un stand en la Exposición de NAB, en Las Vegas, Estados Unidos. Según la Gerente de la Cámara, Lic. María del Pilar Orge Sánchez, "participar en la exposición más importante de la Industria Audiovisual, a mi criterio, es fundamental. De hecho, todos los eventos regionales destacados están presentes en NAB, desde IBC, de Europa, hasta los de países de oriente, como Japón, Corea o China. Además, aunque CAPER está muy bien posicionada a nivel regional, la participación en shows internacion-

les en general contribuye a la difusión de nuestra expo entre el público latinoamericano y nos permite llegar a potenciales nuevos visitantes. Por otra parte, estar en NAB nos posibilita tener contacto directo con expositores internacionales a quienes sólo vemos en persona una o dos veces al año y en general allá solemos concretar ventas, tal como hicimos este año. Obviamente también recibimos muchas visitas en el stand, no sólo de socios, expositores, prensa o visitantes argentinos, sino también de empresas que exponen en NAB y visitan los stands de exposiciones internacionales allí presentes para analizar las formas de ampliar su mercado".

Por otra parte, la exposición CAPER 2013 cuenta ya con 54 empresas expositoras, varias de las cuales expondrán por primera vez, y casi 2.000 m² netos de stands. El jueves 30 de mayo se realizará el Acto de Adjudicación de Stands, en el cual las empresas eligen la ubicación de su stand

en relación a la cantidad de metros reservados en las instancias de Primera, Segunda y Tercera Prioridad.

Estas son las 54 empresas expositoras de CAPER 2013: Antemont, Antenas Novus, ARS Technologies, AVP MFG &Supply, Carbi Sistemas, Cine Center, Convertech, Cybercom Cable &Wireless, DBA Systems, Dixel, Digital Center, Digital Tree, Ditel, Edinec, Equaphon, EspaElec, FDM Broadcast, FS24, Gold Dreams, Hardata, Industrias KC, Intertel, Isikawa Electrónica, KramerElectronics, L.I.E., Lade Profesional, M31 Electrónica, Mach Electronics, MaferElectronics, MDP Sistemas Digitales, Media 5, Megaservice-Asda, Mixsa, Newtek, Optertek, Panasonic, PennElcom Argentina, Raicom, Rohde&Schwarz, Satsaid-TV Salud, Servidata, Sindvel, SVC, Solidyne, TechnologyGroup, Teletechnica, Todo Música, Trialcom, TV Group, Vec, Videoswitch, Viditec, WireTech y XV Tech.



Mario Diaz de VSN y Rick Fernández de Axxion Consulting



Harris Morris durante la conferencia de prensa de Harris



Alejandro Cabrera durante la 8ª Conferencia Latinoamericana de Radiodifusión organizada por Rodhe & Schwartz



Distribuidores y sus clientes argentinos en la fiesta de Fujinon



Ralph Messana de Newtek



Renzo Imhoff, Diego Ucha y Alberto Trueba de XV Tech

▶ EVENTOS



Jorge Moya de OM Systems junto con David Ross y Juan Carlos Ortolan de Ross Video



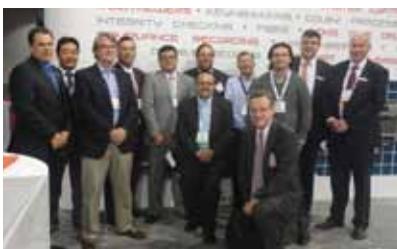
Viditec fue nuevamente premiada por SONY Pro por su alto performance comercial y de marketing en Argentina



Hideaki Nakamura, Felicia Travailot y Juan Punyed de Sony BPLA



Alvaro Martín de Harmonic junto con Bernardo González de Televisa y señora



Axxon distingue a sus dealers de América Latina



Claudio Stasi de AQB



Mariel Demianiuk y Alejandro Pasika de Acqua Electronics



Vista parcial de la conferencia de prensa de EVS



Louis Hernandez Jr, nuevo presidente y CEO de Avid durante el conference de la compañía



Gonzalo Pampin de Pulsar TV y Luiz Padilha de Sony PSLA



Ricardo Jiménez, Robert Frolher y Jurgen Nies de Rodhe & Schwartz



Andrea Mirson de Canal 13 recibe distinción de Sony PSLA de manos de Juan Punyed



Juan Carlos Madeo de IPLUSB y Guillermo Romano de Torneos y Competencias rodeados por Norbeto y Liliana Isikawa de Isikawa Security & Broadcast



Julio Bracho de Sennheiser



Carl J. Dempsey, presidente y CEO de Wohler en la conferencia de prensa



Bob Scotto, Miles Spellman y David Ross en el conference de Ross Video

cuando quieras. como quieras. donde quieras.



neon
www.myneon.tv

“ Con miles de horas de contenido de la mejor calidad, NEON™ le brinda una oferta de programación única y sin igual al mercado latinoamericano. La renovación estratégica de la oferta de NEON™ constituye un diferenciador importante para el producto en un mercado cada vez más competitivo. NEON™ le permite a los operadores de plataformas OTT ofrecer a sus suscriptores una programación novedosa, fresca y actualizada en todo momento con contenidos nuevos, locales y películas de estreno. ”

www.dlatv.net

Raul Antillon, Representante de Ventas, América Latina y el Caribe
+1 (305) 894.2519 · rantillon@dlatv.net



Escanea este código para visitar la plataforma de NEON™

powered by
DLA



Algunos temas destacados para la industria del cable en NAB 2013

Por Ing. Daniel Corbalán*

Tal como lo hacemos anualmente, integrantes de Red Intercable viajamos a la NAB, donde nos entrevistamos con diversos proveedores de tecnología para conocer los productos y servicios que aplicaremos a nuestros futuros proyectos. En ese marco, estas son algunas novedades que se presentaron en esta edición aplicadas a nuestro entorno tecnológico.

1. Queda “desplazada” la tecnología 3D antes de llegar a su maduración por las nuevas plataformas que brindan una alta calidad de imagen. Coincidimos con profesionales del medio en que el uso de anteojos (activos/pasivos) y requerimientos de ancho de banda no termina de convencer ni a usuarios ni a proveedores del servicio. Encontramos, por otro lado, a empresas que apuestan a tecnologías “Free glass”, sin el uso de los anteojos para 3D, pero no resulta convincente su calidad. Creemos que es un producto interesante para contenidos bajo demanda (tiempos acotados de uso), no aplicable a la TV lineal.

2. La Ultra Alta Definición (UHD) fue la vedette del Show NAB, tanto los videos en 4K ya disponibles y lo que viene en 8K, van a ocupar el centro de los desarrollos tecnológicos del video en los próximos años. La altísima calidad de los contenidos expuestos dan un efecto de relieve en las imágenes, generando un *pseudo 3D*: es lo que viene y debemos considerarlo. Recordemos que estamos utilizando

nuestro Full HD (1920x1080 pixels), diría, en la mayoría de nuestros televisores. Por otro lado, en USA ya disponen TV para visualizar 4K (3840x2160 pixels) de una calidad de video extraordinaria y se suma la propuesta de Japan Broadcasting Corporation: el 8K (7680x4320 pixels). Estamos hablando de 33 Megapixels colocados en una pantalla de TV, logrando una calidad de imagen insuperable. Japón piensa realizar pruebas satelitales en el 2016 y está planeando transmisiones Broadcasting (terrestres) para el 2020. Sólo quiero remarcar la idea de que las empresas del video profesional están en la carrera de entregar (ya alcanzada en parte) imágenes de muy alta calidad a nuestros abonados.

3. Nuevo Codec de video: para que sea una realidad la UHD se estuvo trabajando en la búsqueda de nuevas técnicas de compresión que permitan una alta tasa, logrando transportar dichos contenidos en espacios reducidos (bajo ancho de banda), como lo necesitan las plataformas móviles, o colocar muy alta calidad en los mismos espacios que la actual HD. Lo concreto es que se logró tal objetivo, con lo que podemos afirmar que el desarrollo tecnológico destacado de NAB 2013 es el nuevo Codec HEVC/H265 (High Efficiency Video Coding), logrando en la actualidad un rendimiento de ancho de banda del 30% con respecto al actual H264, cuyo objetivo a corto plazo es alcanzar el 50% de reducción

de bits respecto al actual Mpeg-4/H264. Este nuevo Codec será implementado durante el 2013 en las plataformas móviles, sobre aplicaciones como OTT/MultiScreen, donde el ancho de banda frecuentemente es muy limitado y la infraestructura es más flexible de aplicar.

En la TV lineal estos Codecs se aplicarán sobre la IPTV, siguiendo con la distribución y contribución de contenidos, todo pensado para el 2014. Debemos aclarar algo importante para nuestra industria del cable: los actuales set top box (decodificador de TV/cable) no son compatibles con el nuevo Codec HEVC. Requieren ser recambiados (todo su hardware) para que puedan soportar el nuevo Codec H265, razón por la cual queda desterrada la idea de actualizar por software los actuales decodificadores. En síntesis, para el próximo año tendremos una UHD de 4K para disfrutar en el OTT/Multiscreen en los Smart TV y decoders dedicados. Para el mundo de la TV lineal será sólo uso para el Encoding destinado a la distribución (productoras, headend, etc). En el 2015 tendremos el desarrollo y despliegue de los nuevos Set Top box con Codec HEVC para disfrutar la Ultra Alta Definición en nuestros televisores, que deberán acompañar dicha tecnología.

*El Ing. Daniel Corbalán es Gerente Técnico de Red Intercable S.A.

TecnoTelevisión crecerá 110% en 2013

El éxito alcanzado en la versión 2012 del evento, tanto en el componente académico como en la muestra comercial, ha llevado a los organizadores de TecnoTelevisión a plantear una expansión del evento en su área de exposición.

Para 2013 TecnoTelevisión se realizará nuevamente en el centro de convenciones Corferias, de Bogotá, Colombia, entre el 31 de julio y el primero de agosto, pero en esta ocasión ocupará el pabellón 1 con un espacio de 2.512 metros cuadrados, lo que implica un incremento del 110%. Esto se debe al interés mostrado por los visitantes en conocer los nuevos equipos y tecnología disponibles

en el mercado, lo cual se vio reflejado en las 1.219 personas que recorrieron los stands de las 26 empresas que expusieron en 2012. “Como organizadores respondemos a la demanda del mercado. América Latina ha mostrado su fortaleza en el campo del broadcast y ha evidenciado la necesidad de contar con un espacio aún mayor para la exhibición de nuevas tecnologías orientadas a la creación y transmisión de contenidos, así como para el fortalecimiento de relaciones con otros profesionales de la industria”, apuntó Sebastián Fernández, vicepresidente de ventas y operaciones de Latin Press Inc, organizadora del evento.

tve

EN ESPAÑOL Y EN TODO EL MUNDO
IN SPANISH AND EVERYWHERE



CUÉNTAME CÓMO PASÓ



GRAN RESERVA



MASTERCHEF



INFORMATIVOS

Visítanos en / Visit us at

Expo Canitec, Centro de Exposiciones Banamex, México DF. Stand nº 320

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

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

tve

24h

Novedades de Sony en NAB 2013

SONY PRESENTÓ NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA FLUJOS DE TRABAJO HD, 2K Y 4K QUE ESTIMULAN LA INNOVACIÓN EN CREACIÓN DE CONTENIDOS EN TODOS LOS NIVELES DE PRODUCCIÓN



El eslogan de Sony para NAB 2013, «*más allá de la definición*», ilustra a la perfección la capacidad innovadora de Sony, que desarrolla nuevas y variadas soluciones de creación de contenidos en una resolución muy superior a HD para el sector del broadcasting y muchos otros. “Nuestros rasgos distintivos ya no se limitan a hardware, software, codecs o resolución. Avanzamos más allá del broadcasting hacia muchos otros mercados que requieren la máxima calidad de vídeo, como los sectores educativo y corporativo o los centros de culto. Ya no nos limitamos a los equipos físicos, y ahora ofrecemos soluciones completas para producción de contenidos, flujos de trabajo empresariales y gestión de activos multimedia”, afirma Alec Shapiro, presidente de Sony Professional Solutions of America.

Innovaciones en flujos de trabajo

Sony presentó novedades para los entornos de producción y los flujos de trabajo 4K, partiendo de una serie de innovaciones en estos últimos que contribuyen a crear un entorno estable en la producción XAVC profesional y de consumo. Al día de hoy, está prevista la compatibilidad de los productos de 31 fabricantes con el formato y el flujo

de trabajo XAVC de Sony, un formato abierto para grabación 4K y HD creado para los mercados profesional y de consumo. Además, Sony anunciará un nuevo formato XAVC-S orientado a este último sector, que admitirá la codificación MP4 de vídeo 4K y HD.

Innovaciones en grabación

Se exhibió la cámara CineAlta F65 (versión 3 con kit de actualización) con gran sensor CMOS de 8K de resolución. Con esta actualización, la cámara admite dos salidas SDI independientes y el empleo del visor OLED DVF-EL100 de 0,7”, además ofrece una mejor solución para las necesidades de trabajo in situ.

También las cámaras CineAlta 4K PMW-F55 y PMW-F5, que Sony ha presentado hace poco y que cuentan con un nuevo sensor de imagen CMOS 4K Super 35 mm y con un diseño modular que facilita la conexión de una amplia variedad de periféricos.

Para finales de abril de 2013, se habrán enviado más de 2000 sets de la PMW-F55 y la PMW-F5 a destinos de todo el mundo.

Además incluye un sistema de grabación 4K con el que se realizará una demostración que incluirá grabación, procesamiento de imágenes, visualización de intercom e

imagen de retorno. El sistema es apto para broadcasting en vivo y consta de una PMW-55 equipada con el adaptador de sistema de cámara CA-4000 y el procesador de banda base BPU-4000. La actual unidad de control de cámara HDCU-2000/2500 puede configurarse como interfaz del sistema para habilitar funciones como control remoto, intercom, imagen de retorno, etc. También permite el funcionamiento combinado con la actual cámara de estudio HDC-2000, así como la futura migración de HD a 4K.

En cuanto a informatización de flujos de trabajo de producción, la compañía de origen japonés mostró soluciones de archivo en disco óptico, que brindan sensibles mejoras, y un sistema de transmisión IP en directo: el NXL-IP55, que transmite múltiples señales de vídeo HD, audio y control tanto de bajada como de subida a través de un único cable de red, lo que permite la transmisión bidireccional en directo.

Servicios en la nube con Media Cloud Services

Sony presentó la empresa Media Cloud Services, nueva filial de Sony Corporation of America que ofrece a los profesionales creativos un espacio de trabajo virtual con aplicaciones multimedia revolucionarias para almacenar, compartir y trabajar con contenidos desde cualquier lugar del mundo. La nueva plataforma en la nube de la empresa, sólida y ampliable, se llama Ci y ofrecerá una solución de «nube única» para la recogida, la producción y el archivo de contenido de valor elevado en alta definición y para la colaboración rápida y segura a escala global. Media Cloud Services estará disponible en primer lugar en los mercados estadounidense y europeo, y su lanzamiento se ha previsto para este mismo año.

Por último, Sony presentó nuevos productos HD con mayor compatibilidad en el sector: para producción de directos, producción de noticias y producción de deportes.

ESPECIALES BYU ▶



La nostalgia de las comidas compartidas en la casona de la abuela, mezcla de sabor típico, aroma inconfundible, amor y tradiciones familiares, ahora en tu casa a través de BYU Canal Internacional y su programa LA COCINA DE LA ABUELA.

Dale la bienvenida a un pedacito de tu tierra y sus tradiciones culturales culinarias, enriquece tu vida!



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



Pablo Scotellaro
Presidente Ejecutivo de CERTAL

Telecomunicaciones, compromiso, leyes, delito, medios, piratería, propiedad intelectual, regulación, derecho, libertad de expresión, América Latina e Internet son algunos de los términos que, con más frecuencia, han sido pronunciados y escuchados por ponentes y asistentes durante el desarrollo de la Cumbre “Rol de las Telecomunicaciones en América Latina. Marco Regulatorio. Visión desde el derecho de Propiedad Intelectual y la Libertad de Expresión”, que se llevó a cabo en Cartagena de Indias, Colombia, el 22 y 23 de abril últimos.

Tras la inauguración, se sucedieron tres mesas temáticas de diálogo y debate, previas al cierre de esta primera etapa con la presentación del Consejo de ética de Chile a cargo de Jaime Belloio, Director de CERTAL y Presidente del Capítulo de Chile y la Conferencia Magistral de la Honorable Joanna Seybert, Juez del Tribunal de Distrito Federal, Distrito Este de Nueva York. La mesa titulada “Visión de las Telecomunicaciones desde el Derecho de Propiedad Intelectual” abrió las jornadas con las intervenciones de Carolina Romero, que con su experiencia profesional como Directora Nacional de Derechos de Autor de Colombia, afirmó que, *“así como se ha hablado de un círculo virtuoso entre la libertad de expresión y el derecho de autor, este círculo virtuoso también existe entre el derecho de autor y el derecho de las telecomunicaciones”*.

El moderador, Gustavo Delgado, Director de la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicación de Uruguay (URSEC), introdujo para debate la temática sobre propiedad intelectual en el país anfitrión –Colombia–, como así también en la región.

Cumbre de CERTAL, en defensa de la libertad de expresión

DURANTE EL MES DE ABRIL SE CELEBRÓ EN COLOMBIA EL SEMINARIO MUNDIALN SOBRE LIBERTAD DE EXPRESIÓN, PROPIEDAD INTELECTUAL Y PIRATERÍA, ORGANIZADO POR CERTAL.

Por su parte el también funcionario asesor del Ministerio de las Tics Alejandro Delgado incidió en el problema de las nuevas tecnologías y cómo éstas muchas veces son un apoyo a la distribución de contenidos, pero un problema para controlar el correcto uso de los mismos sin afectar los derechos de autor, un tema muy discutido por todos los ponentes de la mesa, que se cerraba con Luis Villaroel, Director de Investigación de la Corporación Innovarte de Chile y Tabaré Viera, Senador de la República Oriental del Uruguay.

Más teórica, orientada a la regulación específica, y a la historia de la propiedad intelectual en el continente estuvo la segunda mesa que, formada por funcionarios expertos en la materia de Colombia, México y Uruguay, pretendía concluir la necesidad de elaborar y aprobar una ley que permita identificar y castigar estos delitos con agilidad. Zoila Vargas Mesa, Coordinadora Ejecutiva de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), Pablo Héctor González, Juez de México, y Jorge Alberto Rodríguez Castañeda, ex subsecretario de Empleo y Productividad Laboral de México, compararon la situación de los tres países exponiendo similitudes y diferencias que se fueron

completando con las intervenciones del público presente. Leonardo Costa, ex prosecretario de Presidencia de la República Oriental del Uruguay, fue el encargado de introducir y moderar la mesa.

“Los medios de comunicación juegan un rol fundamental e indispensable para la libertad de expresión, pero doctrinas autoritarias como Venezuela, México, Ecuador y Argentina responden a intereses del poder y no se sustentan en los principios armónicos de una libre expresión”. Con estas palabras, Luis Pardo, Presidente de Air-Archi (Chile), abrió el debate reunió a Luis Ignacio Gómez, Periodista de la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP), Tulio Ángel, Presidente Ejecutivo de la Asociación Nacional de Medios de Comunicación de Colombia (ASOMEDIOS), y Alfredo Deluque, Representante a la Cámara de la República de Colombia, en torno al Derecho de Libertad de Expresión, su rol trascendente y la relación con el Estado moderno.

Tulio Ángel, fue de los presentadores que más fuertemente incidió y dejó pensando a toda la audiencia al citar al Presidente colombiano Belisario Bentancur, quien en una conferencia local hace más de 30 años dijo: *“Prefiero una prensa desbordada que una prensa controlada”*.



De izq. a der.: Jaime Belloio (Director de CERTAL), Juan Lozano (Senador de la República de Colombia), Valentina Cortes (Preidentia Capítulo Colombia de CERTAL), Juan Carlos Gossain (Gobernador de Bolívar), Pablo Scotellaro (Presidente Ejecutivo de CERTAL), Luis C. Endara III (Presidente Capítulo Panamá de CERTAL), Ulises Herrán (Presidente de Capítulo EE.UU de CERTAL), Luis Pardo (Presidente de AIR-ARCHI y Director de CERTAL), Ana Recondo (Coordinadora de CERTAL Argentina) y Leonardo Ramírez (Director General de CERTAL).

Desde mayo, FX HD en Cablevisión



DESDE EL 1 DE MAYO, EN EL CANAL 647 DE CABLEVISIÓN, LOS SUSCRIPTORES YA PUEDEN CONTAR CON LAS SERIES MÁS EXITOSAS Y PELÍCULAS TAQUILLERAS EN ALTA DEFINICIÓN Y EN IDIOMA ORIGINAL.

Fox International Channels Latin America anunció que a partir del miércoles 1 de mayo, FX el canal de entretenimiento general de mayor crecimiento de audiencia en la región, da un paso más en Argentina e incorpora su versión de alta definición: FX HD a la grilla de Cablevisión (canal 647), con una oferta destacada de programación en HD e idioma original.

FX HD ofrece las series más exitosas y películas taquilleras. La incorporación de esta nueva señal a la grilla de Cablevisión, permite hacer que la experiencia de disfrutar del entretenimiento sea única y acorde a las preferencias de los fanáticos más exigentes.

"La incorporación de FX HD a la grilla de programación de un operador líder en el mercado como Cablevisión nos llena de orgullo y representa un valor agregado para todos sus abo-

nados. Desde Fox International Channels Latin America, continuamente nos esforzamos por ofrecer contenidos de primer nivel con la más alta tecnología", expresó Sergio Veiga, VP Senior y Country Manager de FOX International Channels Latin Región Sur.

Entre las propuestas de programación, FX HD, se destacan series como "Spartacus Venganza" (lunes 22.00 hs.), la dramática e impactante serie que cautivó a la audiencia sobre el gladiador rebelde más infame de la república romana. "The Americans" (lunes 23.00 hs.) con Matthew Rhys ("Brothers & Sisters") y Keri Russell ("Felicity") como Phillip y Elizabeth Jennings, un matrimonio que aparenta ser una clásica familia americana, pero que oculta en realidad a dos espías de la KGB que debieron casarse para adoptar identidades falsas; el humor más ácido de la mano de las series animadas los

domingos a la medianoche como "Family Guy", "The Cleveland Show" y "American Dad" y los mejores filmes de Hollywood en calidad HD.

Por su parte, Gonzalo Hita, Gerente Comercial de Cablevisión expresó: *"Nos da mucho gusto sumar a FX HD a nuestra oferta de contenidos en alta definición, aportando variedad y entretenimiento de calidad para nuestros clientes. Desde Cablevisión trabajamos continuamente para ampliar la oferta de entretenimiento y ofrecer la mayor cantidad de señales en alta definición".*



WKD Cable TV Consultants, Corp.

Necesita Amplificadores?... Nodos ópticos?...Cablemodems?



CISCO DPC2100



DPC-2434 / DPR2320



Motorola SBG-940



Motorola SB5100, SB5101 & SB5130



EMTA SBV5220



Docusis 3.0 SB6120 - SB6180



SMC-8014WG Wireless Modem

Nuevo surplus y remanufacturado de marcas conocidas en la industria de TV por cable.

GI/Motorola; Philips/Arris; Scientific Atlanta / Cisco, Texcan / Antec.

Gilbert/PPC/TB; Wavetec/Acterna; TFC/Comscope; Alpha y más.

Amplificación: 450 MHz – 1GHz; Conectores; Cable Modems; 1.1, 2.0, 3.0 y ViP. Receptores / Moduladores.

Pasivos: Nodo / Fibra óptica; Medición y Testeo; Cable Coaxiales; Herramientas y accesorios. Sistemas Digitales Disponibles.

CONTACTENOS ahora para planificar el futuro HFC / 3 – 4 play.

wkdcable@aol.com – wkd@wkdcable.com – wkdcable@skype.com

3636 North " L " Street.; Bldg. A-4 - Pensacola, FL. 32505 USA - Tel: 850-232-1772 / 850-450-5620 / Fax : 850-469-0504

www.wkdcable.net

“Mantenemos una pantalla con mucho movimiento y vitalidad”

A PUNTO DE CUMPLIR 19 AÑOS EN PANTALLA, CANAL VOLVER SE MUESTRA CADA VEZ MÁS AFIANZADO EN LA AUDIENCIA. EN ESTE DIÁLOGO CON REVISTA ATVC, WALTER SEQUEIRA, GERENTE DE COMPRAS FÍLMICAS DE ARTEAR, EXPLICA LAS RAZONES DE ESTA VIGENCIA Y HABLA SOBRE LA PROGRAMACIÓN DE LA SEÑAL PARA LA ACTUAL TEMPORADA.



Walter Sequeira
Gerente de Compras
Fílmicas de Artear

- ¿Cuál es la mayor apuesta del Volver para esta temporada?

- La programación de producción propia, como “Volver Pregunta” y el nuevo programa “Desafío Volver”, se trata de un desafío entre generaciones. Además de los estrenos de cine nacional, ya que somos el canal que más estrenos nacionales tiene cada año. Para nosotros es muy importante divulgar el cine nacional. Así que tanto el fílmico como las producciones propias son importantes para nosotros. Este año lanzamos también nuestra nueva página de Internet con muchas novedades para interactuar con la audiencia que navega por Internet.

- ¿Qué importancia tienen las producciones originales dentro de la programación y qué función cumplen?

- Mucho. Nos permiten mostrar una pantalla viva y actual. Por ejemplo, “Desafío Volver” es un estupendo ejemplo de acercamiento entre distintas generaciones. Una manera divertida de enfrentar a jóvenes con gente grande e intercambiar conocimientos y

vivencias. Todo esto junto a “Volver a cantar”, y a una pantalla que siempre esta cambiando, con nuevas piezas gráficas y capsulas que hablan de modas argentinas o hechos que pasaron en distintas épocas de manera muy lúdica, nos permite mantener la pantalla con mucho movimiento y vitalidad. Eso para un canal que tiene mucho material de archivo es fundamental. Y hace un mix muy interesante para el espectador.

- ¿Con qué criterio se seleccionaron las series y películas a emitirse en 2013?

- Siempre estamos atentos a los pedidos de la gente, siempre estamos viendo que cosas pueden tener interés estacional, o anual. Hemos reforzado mucho las efemérides, celebrando en nuestra pantalla cumpleaños, fiestas patrias, hechos históricos importantes para los argentinos. Y con todos estos datos de la realidad vamos programando Volver. Buscando dinámica en la pantalla y en la totalidad de los horarios del canal. Y afortunadamente el público nos apoya en todas estas iniciativas de Volver.

- A punto de cumplir 20 años, ¿qué balance hacen de la evolución que ha tenido el canal en todo este tiempo?

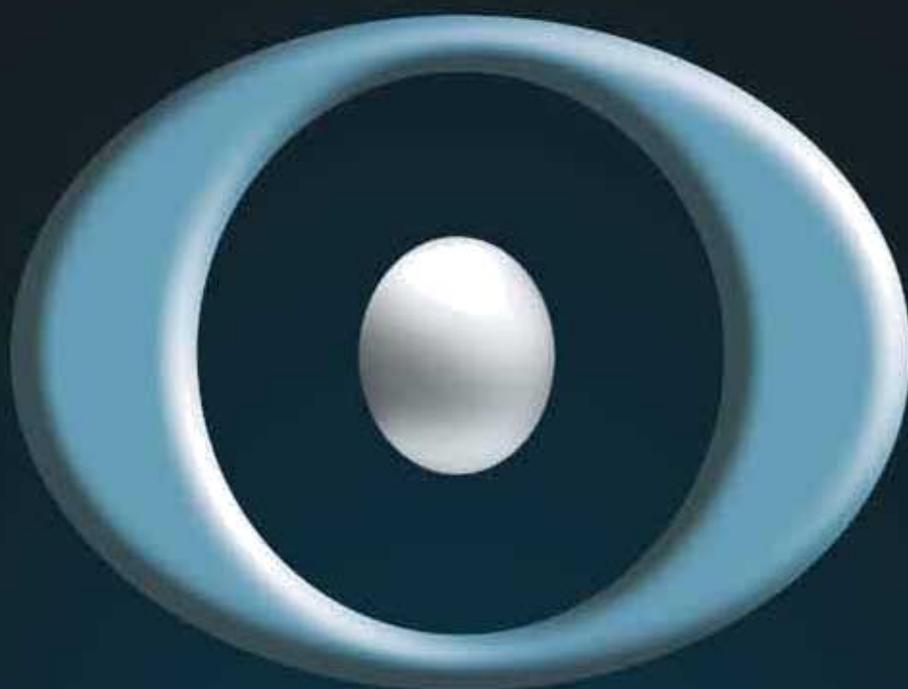
- Siempre ha sido positiva y siempre para adelante. Lo más importante es que hemos ido sumando nuevas generaciones a la pantalla. Un canal como Volver con mucho material de archivo podría considerarse nostálgico, pero es todo lo contrario: siempre lo mantenemos fresco y vital, y eso es muy atractivo para cualquier generación. Hemos crecido en todas las edades, tanto jóvenes como nuestro público objetivo inicial, sumando gente siempre. Eso es notable y nos llena de alegría.

Novedades en la programación de Volver

A partir de mayo se incorpora a la señal Pancho Ibáñez para conducir el nuevo ciclo “Desafío Volver”. Un programa de entretenimiento, con preguntas y respuestas, destrezas y sabiduría sobre temas de espectáculo, actualidad, tecnología, historia y la vida cotidiana. Además, llega “Diseñadores”, el formato que tiene a los principales diseñadores de Argentina como protagonistas: Benito Fernández, Roberto Piazza, Jorge Ibáñez, entre otros, muestran la evolución de la

moda en el cine nacional con el correr de los años. Por su parte “Anecdotario Volver” es un nuevo programa que dará a conocer todo el detrás de escena a través de aquellos que fueron y son parte de los grandes éxitos de la televisión. También comienza “Tiempo fuera”, la serie en la cual cada participante deberá responder preguntas sobre interés general antes de que se acabe el tiempo, y “Los actores presentan”, donde cada protagonista presenta una de las películas

en las que trabajó y cuenta detalles sobre la filmación, rodaje y estreno del film. Por otra parte, se presentan las nuevas temporadas de “Volver Pregunta 4”, con la conducción de Silvio Soldán y “Volver al Futuro”, el programa que pone en escena bandas a bandas tributo dedicadas profesionalmente a rememorar grupos musicales de renombre internacional. Continúan también “1002 Momentos de la televisión” y “Los directores presentan”, además de los mejores estrenos cinematográficos.



Comienza a vernos
DIFERENTE



chellolatinamerica
a Chellomedia company

chellolatam.com



Eduardo Ruiz
Presidente y Gerente General
de A+E Networks Latin America

A+E Networks Latin America anunció recientemente el ascenso de Eduardo Ruiz a Presidente y Gerente General de A+E Networks Latin America. De esta manera, el ejecutivo mantiene sus responsabilidades con los canales A&E, History y Bio, a la vez que liderará el lanzamiento de otras marcas y dirigirá la operación en Brasil.

- ¿Cuáles serán las metas de su gestión en esta nueva posición?

- Estoy sumamente honrado y feliz de estar liderando esta empresa, con socios espectaculares. Llevamos un ritmo de crecimiento muy fuerte en los últimos cinco años. Este es un año con muchos retos por delante. Uno de ellos es el lanzamiento de H2. Este nuevo canal está disponible ya en satélite para toda la región. HBO Latin America Group es el responsable de la distribución, al igual que el resto de nuestros canales. Se lanzó en un operador mexicano, y ya están en plena negociación en Argentina, Brasil y el resto de los territorios.

- ¿Qué diferencia tiene este canal con History?

- H2 es un canal 100% documentales, que toma mucho de la temática que se conoce y se ha presentado en el canal History, pero

“Un año con muchos retos por delante”

EL FLAMANTE PRESIDENTE Y GERENTE GENERAL DE A+E NETWORKS LATIN AMERICA HABLA DE LA NUEVA SEÑAL H2, LA APERTURA DE OFICINAS EN BRASIL Y LA ACTUALIDAD Y OBJETIVOS DE TODAS LAS SEÑALES DEL GRUPO.

trata de profundizar en los temas. No es exactamente igual al History de antes, pero apela a un público más grande, hombres de 35 años en adelante, de mayor poder adquisitivo, que le gustan los documentales y estar informado sobre los temas que se discuten hoy día en nuestra sociedad. Ahora History es un canal un poco más joven, con programación más entretenida. Al apuntar a un grupo más joven, no estaba tan cubierto el foco original. Por eso H2 llena un vacío que dejó History al transformarse y convertirse en uno de los de más audiencia.

- ¿Qué rol ocupan para ustedes los nuevos medios por los cuales llegan los contenidos a la audiencia?

- Nosotros nos vemos como una empresa de contenidos, no de televisión. La televisión es sólo uno de los medios por los cuales nuestros contenidos llegan a los usuarios. Ya no hablamos de televidentes sino de usuarios. Cada uno disfruta a través del medio que más le guste: web, tv, celulares, ipad, cualquier tipo de pantalla. Hoy nuestros contenidos están presentes en cualquier medio. Eso lo denominamos ecosistema. Un ecosistema donde el contenido vive y se mueve de dispositivo en dispositivo según lo que desee cada persona. Nos estamos preparando a nivel tecnológico para ofrecer lo que se llama TV Everywhere, lo cual haremos por supuesto a través de nuestros distribuidores de siempre, que son los operadores.

- ¿Qué implica la apertura de las oficinas en San Pablo?

Brasil se ha convertido en el mercado más importante de la región en subscriptores

y en publicidad. Pero el brasilero no se considera latinoamericano y no se le puede hablar como latinoamericano. Necesitamos hablarle de acuerdo a sus gustos, aprender a comunicarnos con ellos. Desde el 1° de mayo estamos instalados en San Pablo con todas nuestras áreas: research, producción, ventas de publicidad, digital, etc. El objetivo es personalizar las señales y los websites. No se trata sólo de doblar las cosas al portugués, sino que es algo mucho más abarcativo. Estamos concientes de lo que significa Brasil como oportunidad de mercado, y estamos haciendo una gran inversión.

- ¿Cuáles son los objetivos para cada una de las señales en toda la región?

En el caso de History, continuar el crecimiento. Se ha convertido en el canal número uno en su género. Tenemos una competencia muy fuerte pero muy sana y hasta amistosa con los compañeros de Nat Geo y Discovery. Ellos hacen cosas buenas y nosotros también, y competimos por un consumidor demandante y seguro de lo que quiere. Estamos haciendo producción original en toda la región, además de tomar mucho de la increíble programación de History en Estados Unidos. A+E tuvo su mejor año en 2012 en todas las áreas: publicidad, rating y distribución. Estamos ya entre los primeros 15 en adultos 18-49 y la meta es entrar entre los 10 entre 2013 y 2014. En cuanto a Bio, acabamos de insertar programación del catálogo de Lifestyle TV, con lo cual hemos tenido una excelente recepción.



ENERGÍA



FIABILIDAD | INTELIGENCIA | SOSTENIBILIDAD | EFICIENCIA

Con el apoyo de más de tres décadas de experiencia en la alimentación y el servicio de aplicaciones de televisión por cable, comunicaciones y energía renovable, los productos de Alpha han ganado una reputación mundial por su rendimiento, fiabilidad y valor.

Soluciones totales de energía

de Alpha Technologies Inc.



www.alpha.com

Visite Alpha en Canitec

Booth **205**



“México es uno de los territorios con más desarrollo en VOD”

ESTEBAN BORRÁS, GERENTE REGIONAL DE VENTAS PLAYBOY TV LATINOAMÉRICA E IBERIA, HABLÓ CON REVISTA ATVC PARA CONTAR LO QUE LA EMPRESA ESTÁ DESARROLLANDO TANTO PARA MÉXICO COMO PARA TODA LA REGIÓN.



Esteban Borrás
Gerente Regional de Ventas
Playboy TV Latinoamérica e Iberia

- ¿Qué novedades para el mercado mexicano estarán presentando en Canitec?

- Desde febrero estamos trabajando en un proyecto que finalmente ha superado su etapa de pruebas, y tiene que ver con una optimización de nuestros servicios de video bajo demanda. Así como los operadores han invertido en plataformas de TV digital para ampliar su oferta, los programadores profundizamos no sólo nuestra inversión en contenido sino también en tecnología para garantizar mejores procesos. México es uno de los territorios con oferta de VOD más desarrollada. La participación del consumo transaccional en nuestros ingresos continúa creciendo, y definitivamente se debe a la flexibilidad que encuentra el usuario al poder elegir qué y cuándo ver sus contenidos favoritos.

Claxson procesa hoy todos sus títulos para VOD y personaliza su delivery de acuerdo a las características de la plataforma destino. Hemos mejorado los tiempos de entrega

para lograr una mejor planificación de las estrategias de venta, sumamos mayor flexibilidad para entregar paquetes de títulos tematizados de acuerdo a los intereses del público adulto y, como siempre, asesoramos al operador con las mejores prácticas para lograr la mejor performance de nuestras carpetas de contenidos.

Hot Go ha tenido un rol muy importante, pues permite conocer en tiempo real qué elige el usuario en cada país, a qué hora consume, qué categorías prefiere, y todo eso se vuelca no sólo a mejorar nuestra estrategia de programación lineal sino también nuestra oferta transaccional.

- En el plano regional, así como Hot Go fue el gran movilizador en 2012, ¿cuál será este año el tema en que pondrán la mayor energía?

- Hot Go continuará expandiéndose en 2013, llegando a nuevos operadores en toda la región. A un año de su lanzamiento, presentaremos un diseño renovado, donde hemos buscado principalmente mejorar la experiencia del usuario. Todo esto y la mejora del VOD serán los ejes de trabajo para 2013. Hacia fin de año seguramente tendremos novedades con nuevas marcas en nuestra oferta.

- ¿Qué producciones originales están preparando para el resto del año y cómo les ha ido con las que se presentaron hasta ahora?

- El regreso de Nino Dolce a la pantalla de Playboy ha sido un éxito. En Argentina y limítrofes el personaje fue muy popular en los medios, y en otros países de la región, la fórmula del cocinero atrevido

aportó humor y un personaje masculino a las seguidoras del canal. Venus mantiene sus ya reconocidos ciclos temáticos y la interacción con su público a través de canalvenus.tv, el sitio web que tiene el mismo y renovado look & feel del canal. Un aumento de los ratings y la alta elección de títulos Venus en Hot Go posicionan a la marca en un lugar destacado dentro del portfolio Claxson.

- ¿Cuál es la respuesta del público ante los contenidos multiplataforma para adultos?

- Nos ha sorprendido la respuesta de la audiencia en cuanto a fidelidad. Las métricas muestran una tasa de retorno y tiempo de permanencia promedio muy destacable. Hemos tenido más de 15 lanzamientos a lo largo de estos meses y nos enorgullece ver en los operadores con mayor antigüedad con el servicio activo números que responden a nuestra estrategia: los usuarios activos de Hot Go muestran menores niveles de churn que quienes aún no están utilizando la plataforma.





Pablo Iacoviello
Director de adquisiciones de DLA

Acuerdo entre DLA y Sony

EL CONVENIO FIRMADO CON SONY PICTURES ENTERTAINMENT LE PERMITIRÁ OFRECER LOS PRINCIPALES TÍTULOS DE UNO DE LOS ESTUDIOS MÁS RECONOCIDOS DEL MUNDO EN SU NUEVO PRODUCTO DE VOD VIA STREAMING

DLA, empresa líder en el desarrollo de productos de entretenimiento para plataformas VOD en América Latina y el Caribe, anunció recientemente la firma de un acuerdo con Sony Pictures Entertainment (SPE) que le permitirá ofrecer los últimos estrenos cinematográficos y series de una de las principales productoras y distribuidoras de contenidos fílmicos y televisivos del mundo a través de su nuevo producto de VOD vía streaming. Este producto es comercializado con la marca Neon por los operadores de redes de América Latina y como ClaroVideo en las plataformas Claro de la región.

"Estamos muy entusiasmados con la incorporación de los contenidos de Sony a nuestra oferta de

programación, lo que suma a nuestro catálogo algunos de los títulos más atractivos del mercado internacional", señaló Pablo Iacoviello, director de adquisiciones de DLA. *"Este acuerdo, basado en una estrecha relación establecida durante años, nos permite brindarle a nuestros socios comerciales y audiencias una oferta única de valor y calidad, dirigida a las necesidades y gustos del público latinoamericano",* puntualizó.

Bajo los términos del convenio, los últimos estrenos cinematográficos y televisivos de SPE, incluyendo éxitos de taquilla como "Gangs of New York", "The Forgotten", "El Libro de los Secretos", "El Caza Recompensas", "Lluvia de Hamburguesas" y populares series como "Breaking Bad", "Al Margen de la Ley", "Rescue Me" y "Damages" y "Justified" estarán disponibles en la plataforma del nuevo producto vía streaming de DLA.

El nuevo servicio de VOD en línea vía streaming de DLA le permite a la audiencia latinoamericana disfrutar de una programación inigualable y de las películas más taquilleras a las pocas semanas de su estreno en las salas de cine. Asimismo, brinda a sus suscriptores acceso a temporadas completas de series clásicas, series deportivas, los mejores conciertos y los más populares programas infantiles. Todo en un solo lugar, sin restricciones de horarios y a través de cualquier dispositivo conectado a Internet.

La renovación mensual de la oferta de programación del servicio permite a sus suscriptores disfrutar de una programación novedosa, fresca y actualizada en todo momento, y constituye un diferenciador importante en un mercado latinoamericano de streaming creciente y cada vez más competitivo.



Empresa proveedora de servicios de internet
vende equipos CMTS seminuevos, por cambio de
tecnología. Entrega inmediata.



Marca: Motorola | Modelo: BSR 2000.

25 de Mayo 565 – 5°B – 4315-8899 – (Interno 30: Brian/Raúl)
emails: bgarriga@gciservicios.com.ar / rsilva@gciservicios.com.ar

RFI se adapta a la evolución tecnológica y de los hábitos de consumo



ALEXANDRA PINEDA, JEFA DE LA REDACCIÓN DE RFI EN ESPAÑOL, DETALLA LOS CONTENIDOS DE LA EMISORA DE ORIGEN FRANCÉS Y CUENTA LAS COBERTURAS IMPORTANTES QUE TENDRÁN DURANTE LO QUE RESTA DEL AÑO, ADEMÁS DE REFLEXIONAR SOBRE LOS DIVERSOS MEDIOS POR LOS CUALES SE PUEDE LLEGAR AL OYENTE EN LA ACTUALIDAD.



Alexandra Pineda
Jefa de la redacción de RFI en español

- RFI cuenta con redacciones en varios idiomas. ¿Cuál es el signo distintivo de la redacción en español de RFI?

- Acorde con la importancia que este idioma tiene en el mundo, la redacción en español de RFI es la segunda más grande entre las redacciones en idiomas extranjeros de RFI, justo después de la redacción en inglés. Esto tanto por el número de periodistas como por la cantidad de emisiones que producimos. Contamos con una veintena de periodistas trabajando en París y con medio centenar de corresponsales a través del mundo. Nuestros periodistas tienen múltiples orígenes, tanto de América Latina como de Europa.

- ¿En qué consiste la programación en español de RFI actualmente y cuál puede ser su evolución en el futuro?

- En la actualidad producimos seis emisiones diarias de media hora cada una, transmitidas de lunes a viernes, y tres emisiones cotidianas, igualmente de 30 minutos, durante el fin de semana. Comienzan con un noticiero internacional de 10 minutos seguido de un diálogo con uno de nuestros corresponsales en cualquier país del mundo. El resto de la media hora está construido, en todos los casos, con entrevistas y reportajes sobre diferentes temáticas. Diariamente tenemos un espacio dedicado a la cultura, así como nuestro espacio "Vida en el Planeta", dedicado a temas de ciencia, salud, ecología y tecnología. Reservamos un espacio a la actualidad francesa y ofrecemos un enfoque analítico sobre un tópico internacional. En la sección "Noticias de América", siempre destacamos un asunto de actualidad del continente. En estos momentos estamos enfrascados en un estudio sobre la evolución de nuestras emisiones con la idea, por una parte, de privilegiar

los reportajes y el periodismo de terreno, y, por otra parte, de armonizar nuestro trabajo radiofónico con las exigencias y las posibilidades de las nuevas tecnologías, en particular de las redes sociales, y desarrollar emisiones interactivas para dar la palabra a nuestros oyentes.

- La época en la que las radios internacionales llegaban exclusivamente por onda corta quedó muy lejos. ¿Cómo se ha adaptado RFI en español a las nuevas realidades tecnológicas?

- En efecto, las radios internacionales ya prácticamente no transmiten en onda corta en América latina. RFI cuenta hoy con cuatro repetidoras FM en América Latina que transmiten sus programas durante las 24 horas al día, lo cual incluye naturalmente la totalidad de nuestras emisiones en español. Pero no podemos ignorar los nuevos hábitos de consumo de los medios, ni la evolución del mundo audiovisual. Nuestros programas en español hoy se transmiten a través de los operadores de TV paga. Por supuesto, contamos con nuestro sitio Internet en español "www.espanol.rfi.fr", cuyo tráfico no cesa de aumentar. Y pronto nuestros programas en español estarán igualmente difundidos gracias a la nueva aplicación móvil de RFI, accesible mediante los principales sistemas de explotación para teléfonos celulares y tabletas.

- ¿Cuáles son los grandes acontecimientos que RFI en español estará cubriendo en 2013 para sus oyentes en América Latina?

- Este año ya estuvimos muy presentes en Venezuela tanto en ocasión de los funerales del Presidente Hugo Chávez como para la cobertura de las elecciones presidenciales del pasado 14 de abril. Ahora, como cada año, nos estamos preparando para cubrir en este mes de mayo el Festival de Cannes que, como se sabe, es el mayor festival de cine del mundo. También en este mes de mayo estaremos como siempre cubriendo el abierto de tenis de Francia en las célebres canchas de "Roland Garros" en París. Y en julio estaremos siguiendo el "Tour de France", que es una de las grandes citas del ciclismo mundial. Esto es lo más inmediato. Así que desde ya invitamos a nuestros oyentes a acompañarnos en estos eventos y también en todos los otros que estaremos cubriendo durante el resto del año.

DOKI!



¡ES HORA DE UNA EXPEDICIÓN! NUEVA SERIE DOKI

¡DISFRÚTALA EN ALTA DEFINICIÓN!

Contactos Ventas Afiliados:

MIAMI:
Santiago Bruno
1.786 273 4550

MÉXICO:
Alberto Islas
52.55 5249 8867

ARGENTINA:
Sergio Canavese
54.11 4000 4037

BRASIL:
Alessandra Pontes
55.11 2138 9610



discovery k!ds™

  tudiscoverykids.com

© 2013 & TM Discovery Communications, LLC. Todos los derechos reservados.



Elgourmet.com pasa a ser elgourmet



Lucía Suárez
Directora de contenidos
de Chello Latin America

La señal de cocina desarrolló una intensa campaña de rebranding que se pondrá en pantalla desde el mes de junio. La característica letra G que identifica la marca, cambia de formato y suma variaciones en su color y el actual nombre elgourmet.com se reduce a elgourmet.

Este nuevo branding que Chello Latin America presenta para su señal gastronómica se caracteriza además por colores vivos y la utilización de imágenes de ingredientes reales para ilustrar artísticamente todas las piezas comunicacionales, tanto de pantalla como publicitarias y de merchandising. Alejandro Harrison, CEO de Chello Latin America, se refirió respecto de estos cambios y expresó: *“Creemos que este rebranding es un paso significativo para acompañar el crecimiento y expansión que la señal viene teniendo sostenidamente desde sus comienzos a lo largo y ancho de nuestro continente”*.

Por su parte la directora de contenidos de Chello Latin America, Lucía Suárez, señaló que *“desde su inicio esta señal estuvo caracterizada por el cuidado de su imagen y la calidad de sus contenidos. Con este nuevo branding quisimos reforzar nuestro compromiso con la calidad de los*

productos, los chefs, la estética y el buen gusto. Por otro lado, buscamos incorporar un tono más cálido y entretenido, sin dejar de lado nuestra pasión por la cocina”.

La agencia Eloisa Iturbe fue la responsable del desarrollo de esta campaña de rebranding para la señal que, cada día, es elegida por más de veinte millones de suscriptores y fans en países como México, Argentina, Colombia, Perú, Venezuela, España, Chile, entre otros.



Novedades de programación

Con nuevas series, nuevos destinos y nuevas figuras, elgourmet sigue posicionando su marca en toda Latinoamérica.

“Recetas de Estación”. Con Dolli Irigoyen

Dolli Irigoyen demuestra que cocinar con productos de estación hace disfrutar aún más de los sabores. En Recetas de estación Invierno/Verano, presenta una selección de recetas inspiradas en las frutas y verduras características de cada época del año

“Siempre Dulce”. Con Maru Botana

Las clásicas delicias de la pastelera más querida ya no tienen secretos para los amantes del buen vivir. Esta temporada Maru prepara sus tortas a pedido de un invitado sorpresa en cada capítulo.



“El Banquete”. Con Roberto y Christian Petersen a partir de Julio

Los hermanos Petersen preparan una gran celebración con lo mejor

de su cocina al aire libre. En cada localidad a la que llegan, buscan los productos típicos, arman la mesa, cocinan e invitan a compartir sus mejores platos.

“Dolli y Gross”. Con Dolli Irigoyen y Osvaldo Gross a partir de Junio

Los chefs consagrados y amigos inseparables, Dolli Irigoyen y Osvaldo Gross se reúnen en esta serie para cocinar juntos. En cada entrega, deliciosos platos dulces y salados, de la mano de anécdotas y secretos de su cocina.

Juliana Deco & Cocina”. Con Juliana López May.

Juliana López May entiende que el arte de cocinar es tan importante como el de poner una buena mesa.

Por eso, en esta nueva serie, Juliana presenta lo mejor de su cocina y sale en busca de los más hermosos objetos para que la presentación de la mesa sea impecable. A partir de Octubre.

“México a mi manera”. Con Mikel Alonso

En una recorrida por el DF de México, Mikel Alonso enseña los platillos más elegidos por los mexicanos. Y ya en su cocina los prepara a su manera, los reinterpreta y le da ese toque especial que caracteriza a la cocina de este gran chef español. A partir de Julio.



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.



Film & Arts y Europa Europa presentaron sus programaciones

LOS CANALES PRODUCIDOS Y DISTRIBUIDOS POR CHELLO LATINOAMÉRICA MOSTRARON LAS NOVEDADES QUE ENTREGARÁN EL PRESENTE AÑO.



Film&Arts apuesta a las series de ficción de calidad como eje de su grilla, repleta además de numerosos contenidos con diferentes formatos que ofrecen lo más elevado del arte, la cultura y el espectáculo en todas sus formas.

También ópera, documentales, series de entrevistas, producciones originales, películas, eventos especiales, entre otras propuestas, son las que Film&Arts renueva en su pantalla pensando siempre en la calidad de su contenido.

Nuevas series y miniseries de ficción: Jack Irish, ArneDahl, Jack Taylor, Life, Endeavour, el joven Worse, Miss Marple, Silk, Miss Fisher Murder Mysteries y Top Boy.

Nuevas temporadas de series y miniseries de ficción: DowntonAbbey, Wallander UK, Miranda, Monroe, Case Histories, Inspector Gently, MadDogs, Misfits, Scott&Bailey, Ashestoashes, New Tricks y Lewis.

Cine: Domino, Ned Kelly, The Shape of Things, There will be blood wreckers. The Hours, Being John Malkovich, Stricly Sinatra, Jackie Brown y Jindabyne.

Series de entrevistas: The Ronnie Wood Show y Desde el Actor Studio.

Miniseries y documentales de arte: Andy Warhol, El gran arte de los Países Bajos, Sister Wendy The art of Gospel, Chopin

saved my life, Sexo y sensibilidad, El encanto del art nouveau, Every Little step, How to get out of the cage, Flying Bach y Simon Schama: Shakeaspeare y nosotros.

En cuanto a Europa Europa, la señal que cumple doce años en el aire, presentará estos destacados:

Series: Martin Doc, El comisario Montalbano, La Commune, El vengador, Una gran familia, De Lark Rise a Candleford, Casa de citas, Nicolás Le Floch.

Miniseries: Nosotros creíamos y Coco Channel y Doctor Zhivago.

Películas: Inmaduros, Matrimonios y otros desastres, La mujer de mi vida, Familia Feliz, Cuestión de corazón, 20 cigarrillos, Giula no sale de noche, Cien clavos, La desconocida, Juegos de placer, SoulBoy, Eden Lake, Bronson, La chica de mis sueños, Zapatillas de Ballet, Mi hijo Jack, Escena de la naturaleza, El asesinato de John Lennon, Esto es Inglaterra, Tickets, En el cielo, Tres hermanos, tres destinos, Nosotros tres, Lily, La princesa de Montpensier, Todos sobre las actrices, Hola Adiós, Enemigos íntimos, La llave, Días de gloria, Clean, Blog, Ander, Un buen nombre, Sangre de mayo, Enloquecidas, Gente de mala calidad, Que parezca un accidente, Bajo las estrellas, Rec, Casual Day, América, Kofte, Cómo diseñar un círculo perfecto, Vacaciones de verano, Themightycell, Pequeña voz, Su majestad, la Sra. Brown, El inglés que subió a una colina pero bajó de una montaña, Memorias de Antonia, Nostradamus y Átame.

Ciclo Estrellas en primera persona: Krzysztof Kielowski, Charlotte Gainsbourg, Jane Birkin, Monica Bellucci, Jean LucGodard, FrancoisTruffaut, BrigitteBardot, Charlotte Rampling, Sophia Loren y Luis Buñuel.

Se expande Fortunato Comunicación

Fortunato Comunicación y PR, la agencia liderada por Juliana Fortunato, anunció la incorporación de Axel Escudero como Director Asociado, aumenta su lista de clientes y se expande en la región con presencia en mercados clave de Latinoamérica como México, Chile y Perú.

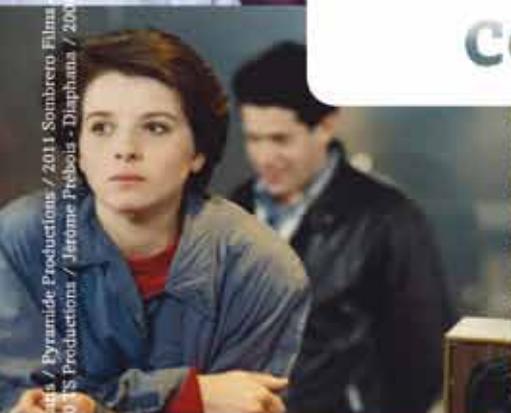
Axel Escudero manejó por más de cinco años la comunicación corporativa y de marca de MTV, Nickelodeon, VH1 y Comedy Central, como Director de Comunicaciones para América latina de los canales del grupo norteamericano de medios Viacom. Luego colaboró con el área de Comunicación Externa de Cablevisión, y previamente había pasado por otras empresas líderes como Cervecería y Maltería Quilmes (Quilmes, Brahma, Stella Artois) en el área de Relaciones Institucionales; y Pramer (elgourmet.com, Canal (á), Film & Arts, Cosmopolitan TV) en el departamento de Comunicaciones. Con más de 15 años de trayectoria en empresas, Escudero se suma ahora a Fortunato Comunicación en su nueva etapa de expansión y crecimiento que lleva adelante la agencia.

"Con Axel compartimos un estilo y un respeto mutuo alimentado por años de trabajo en la industria del Entretenimiento. Sabemos que podemos ofrecer un diferencial interesante para empresas y proyectos en busca de una respuesta ágil y seria en materia de Comunicación y, por eso, nos entusiasma su incorporación al equipo. Su rol será fundamental para el desarrollo de estrategias basadas en su extensa experiencia en la región. En paralelo, anunciamos la creación de una red de agencias en Latinoamérica, seleccionadas por su afinidad con nuestro estilo y por una reputación sólida en el mercado", expresó Juliana Fortunato.





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



***EN MAYO POR TV5MONDE.**

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



www.tv5monde.com/latina

Los operadores de cable y los servicios de telecomunicaciones

SEGÚN EL INGENIERO GARCÍA BISH, LOS SISTEMAS DE TV POR CABLE DEBEN EVOLUCIONAR TECNOLÓGICAMENTE PARA PODER BRINDAR ESTE TIPO DE SERVICIOS A SUS CLIENTES.



Ingeniero Juan Ramón García Bish

En la reciente cumbre APTC realizada en Tarapoto, Perú, el ingeniero Juan Ramón García Bish ofreció dos presentaciones focalizadas en las tecnologías disponibles para ofrecer servicio de acceso a Internet en redes de cable. En su charla del primer día analizó la evolución de la normativa Docsis, que es la que define las interfases entre la red de RF tradicional y la red de datos. Esta norma fue elaborada a fines de la década del 90 con la intención de ofrecer una alternativa frente al "dial up", y luego fue evolucionando a lo largo del tiempo para adecuarse a los nuevos requerimientos de calidad de servicio impuestos por la telefonía IP y las mayores velocidades de navegación exigidas por los clientes. Efectuó un análisis comparativo entre las diferentes versiones y alertó respecto a la no conveniencia de utilizar Docsis 1.0 puesto que no maneja calidad de servicio y esto no permitirá ofrecer telefonía. "Hay que evitar dejarse tentar por los precios bajos de equipamiento usado que fue removido de otra operación y se vende dentro de nuestra región", señaló.

Incluso invitó a evaluar el costo de un CMTS Docsis 3.0, pero basándonos en un nuevo concepto que es el de "costo por Downstream", y tener en cuenta además la escalabilidad del equipo. Finalmente, concluyó con ejemplos de dimensionamiento mostrando cómo la evolución de la demanda nos fue llevando a un cambio en el criterio a aplicar: "Siempre administramos recursos asignados a un área de servicio, esto es cantidad de canales de downstream asignados a un conjunto de nodos. Durante muchos años trabajamos reduciendo el área de servicio y así gradualmente fuimos reduciendo la combinación de retornos junto con la agrupación de nodos. Actualmente lo que estamos haciendo es aumentar la cantidad de recursos con la cual se ataca una misma área de servicio. Esto es justamente lo que ofrece Docsis 3, donde tenemos múltiples canales de downstream en un único puerto físico".

Se puede comenzar trabajando con todos esos canales en forma aislada y hacer balanceo de carga para luego pasar a asociarlos y así ofrecer mayores velocidades. Esto es lo que se conoce como channel bonding.

En el segundo día se apartó de la presentación que tenía preparada para exhortar a los operadores allí presentes a abrir sus mentes y dejar de pensar exclusivamente en la televisión.

"El operador de cable debe evolucionar para poder ofrecer servicios de telecomunicaciones, esto es Televisión, Internet y Telefonía. En el principio nuestra única competencia fue otro operador que venía a cablearnos encima. En la década del 90 la competencia nos cayó del cielo a través de los servicios de DTH, pero actualmente la 'convergencia' ha ampliado el campo de batalla para convertirlo en una guerra de todos contra todos. Las grandes empresas de telecomunicaciones están ofreciendo televisión y debemos estar preparados para esa nueva competencia", aseguró.

Para ello resulta importantísimo adecuar nuestras redes y preparar una sólida plataforma de telecomunicaciones sobre la cual poder ofrecer un servicio confiable de datos de alta velocidad. En este punto, el ingeniero García Bish, el único de los disertantes sin vinculación comercial con los proveedores, dejó en claro que la digitalización del video no resuelve este tema: "Obtendremos una señal más limpia, libre de ruido e interferencias pero el problema seguirá estando allí y no nos permitirá ofrecer un servicio confiable de datos".

"La digitalización básica, utilizando para la transmisión un canal de RF, sigue ofreciendo la misma modalidad de televisión lineal a la cual estamos acostumbrados. Pero los hábitos de ver televisión están cambiando y hoy la gente comienza a consumir TV a través de internet, quiere tener un rol más activo y poder definir que ver y cuando verlo. Con el nacimiento de la IPTV/WebTV se rompe el paradigma tradicional de seleccionar que ver dentro de un listado de 'canales' para pasar a elegir dentro de 'bibliotecas de contenido'", explicó.

Después de esto pasó al tema previsto para este día, las diferentes tecnologías FTTH, las cuales permiten ofrecer un servicio de fibra óptica hasta la casa del cliente. Para tomar conciencia del cambio importante en el orden de magnitud de velocidad que ofrece esta tecnología, indicó que por cliente se pueden garantizar velocidades de 35 Mbps, casi igual a un downstream completo en Docsis 2.0.

Afirmó además que si se disponen de fibras oscuras en los nodos de la red HFC es posible realizar una superposición (overlay) de ambas tecnologías utilizando cablemodems para el servicio masivo en clientes que requieren bajas velocidades y GPon/GEpon en clientes corporativos o empresas.

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



Llega la nueva temporada de Violetta

LA EXITOSA PRODUCCIÓN DE DISNEY, QUE SE GRABÓ ÍNTEGRAMENTE EN ARGENTINA CON ACTORES DE DIVERSOS PAÍSES, VUELVE A LA PANTALLA. ENTREVISTA A UNO DE SUS DIRECTORES, MARTÍN SABAN.

A fines de abril se estrenó la segunda temporada de Violetta, uno de los más recientes éxitos de Disney Channel. "Violetta" es la primera co-producción entre Disney Channels de América Latina y de Europa, Medio Oriente y África, en asociación con Pol-ka Producciones de Argentina, y su elenco incluye actores de Argentina, Brasil, México, España, Italia y Ucrania.

Para conocer los detalles del ciclo, Revista ATVC dialogó con Martín Saban, quien es uno de los directores, junto a Jorge Nisco.

- ¿Qué significa para ustedes que una empresa como Disney les confíe esta producción?

- Es una responsabilidad enorme. El programa no sólo tiene que estar en tiempo y forma, sino con un alto requerimiento de calidad artística, y Pol-ka traslada esa exigencia a nosotros. Asumimos el compromiso porque sabemos que lo podíamos hacer bien. Nosotros diferenciamos el objetivo cumplido con lo que es el éxito. El objetivo principal era que el programa fuera bueno. Por eso hubo incluso talleres de perfeccionamiento de los chicos antes de empezar a grabar. Se

buscaba que los programas fueran muy buenos. Que haya ritmo, que haya humor, que lo dramático estuviera en su tono justo, que no produjera angustia y que a la vez no fuera superficial. Y todo eso fue coronado por el éxito.

- ¿Qué desafíos supone trabajar con artistas de tantos países?

Es la primera vez que lo hago. Implica adaptarnos todos a todos. Es un desafío mayor porque en definitiva lo que uno busca cuando hace un programa es la universalidad. Y en el caso de Violetta más aún, porque es un programa panregional. Hay que tener cuidado con el humor y con el lenguaje visual, porque hay frases o palabras que en algunos países pueden resultar ofensivas. Todo generó un proceso de búsqueda muy interesante, muy rico.

- ¿Trabajar con adolescentes es en líneas generales como hacerlo con adultos?

- Es variable. He trabajado con adultos que se parecen más a los chicos que estos. La mayoría de

los actores de Violetta son adultos jóvenes. Lo que se busca mucho es enfocarlo desde lo lúdico. Somos conscientes de que el tono con que se maneja el director en el piso para manejar la presión es importante. Son diez horas de rodaje donde hay muchas fuerzas que actúan, y lo que hacen estas fuerzas es quitar tiempo. Hay distintas formas de ejercer la presión, y con adultos jóvenes es fundamental el clima de trabajo, generar confianza para que cada actor pueda crear. Eso lo conseguimos desde un principio, y son chicos muy predispuestos y estudiosos, lo que facilitó la tarea de los directores y enriqueció el trabajo de todos.



Experiencia Art Attack, por primera vez en Buenos Aires

Esta propuesta, que se lleva a cabo durante todo el mes de mayo, se integra a la campaña de Disney Amigos por el Mundo para transmitir a los niños y jóvenes la importancia de cuidar el planeta en el que viven.

La experiencia se desarrolla por primera vez en Latinoamérica en el Centro de Exposiciones de Buenos Aires, y comprende más de treinta actividades creativas distribuidas en diversos sectores,



entre ellos: Arte Simple, Técnicas, Arte Grupal, Arte Gigante, Arte Interactivo y Arte Libre.

La propuesta recrea el espíritu de Art Attack, el célebre programa de televisión de Disney Junior y Disney Channel que incentiva a los niños a expresarse a través del arte y las manualidades de una manera divertida y accesible, y compartirlo con sus familias.

Experiencia Art Attack propone actividades manuales donde los niños encuentran- entre la creatividad y la inspiración- un tiempo para disfrutar de sus propias creaciones. Por ello, lo artístico y lo lúdico se conjugan en esta nueva experiencia de Disney.

Amigos por el Mundo y Experiencia Art Attack proponen diferentes iniciativas para transmitir la importancia del cuidado del planeta. Muchas de las actividades que los niños realizan durante su Experiencia Art Attack se llevan a cabo con materiales reciclados, de modo que los niños pueden colaborar con el planeta mediante la optimización de residuos y su reutilización, convirtiéndolos en obras de arte. El querido personaje del programa Vicente Van Coco participa activamente dando consejos y técnicas para lograrlo.

antemont

Equipamiento Profesional Para Redes HFC y Wireless LAN



Amplificadores con Vía de Retorno



Transmisores y Receptores Ópticos



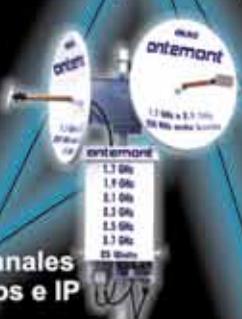
Amplia Gama de Conectores y Herramientas



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



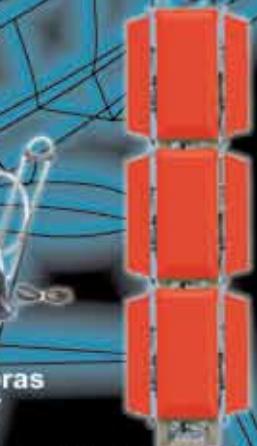
Antenas Receptoras
VHF-UHF-TDT



Transmisores
VHF-UHF-TDT-MMDS



Antenas Parabolicas
Bandas C y KU



Sistemas Irradiantes
VHF-UHF-TD-FM-MMDS



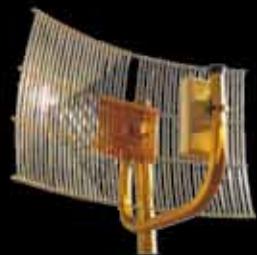
Sistemas de acceso
satelital a Internet



Antenas Omnidireccionales, Sectoriales
Direccionales 2.4GHz y 5.8GHz



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

BBC entertainment



Javier López Casella
VP Affiliate Sales & Business
Development de BBC Worldwide Latin
America & U.S. Hispanic

- ¿Qué novedades estarán presentando en esta edición de CANITEC?

- Canitec nos permitirá mostrar nuestra capacidad para ofrecer señales y contenidos diferenciados y de alta calidad que han sido el motor de nuestro crecimiento en los últimos casi 5 años. Estamos seguros que 2013 será un gran año para nuestras señales. BBC Entertainment trae de regreso a Doctor Who, la serie de ciencia ficción más longeva y exitosa de la televisión británica. Habrá también un bloque de comedia con producciones como Miranda, The Office en su versión original inglesa, y Moone Boy. Llegan también Call the Midwife y Ripper Street, basada en la historia de Jack el Destripador. BBC HD continuará ofreciendo lo mejor de la programación de la BBC en una oferta multi-género, con galardonados documentales en el bloque BBC Earth, series como Sherlock, Wallander y Luther; además

“2013 será un gran año para nuestras señales”

REVISTA ATVC DIALOGÓ CON JAVIER LÓPEZ CASELLA, VP AFFILIATE SALES & BUSINESS DEVELOPMENT DE BBC WORLDWIDE LATIN AMERICA & U.S. HISPANIC SOBRE SUS OPERACIONES EN LATINOAMÉRICA.

de programas de Viajes y Aventuras, bajo la marca Lonely Planet. Finalmente, CBeebies se renueva en el 2013 con contenidos e iniciativas que reforzarán el posicionamiento de nuestra señal preescolar como una de las mejores opciones televisivas que existen actualmente en la región.

- ¿Hay alguna programación especialmente pensada para México?

- El público mexicano es una audiencia que responde muy bien a nuestros contenidos y a los eventos de corte internacional que llevamos a sus hogares. Este año, dentro de nuestro bloque de programación llamado London Calling, presentaremos segmentos exclusivos del festival de música Glastonbury. Además, dentro de la nueva temporada de Top Gear, la número 19, Richard Hammond viajó a México para realizar una prueba al conocido auto deportivo mexicano, el Mastretta.

- ¿Cómo está respondiendo el mercado latinoamericano a la oferta de BBC Worldwide?

- Latinoamérica es sin duda una región de gran importancia para BBC a nivel mundial.

La positiva respuesta de la audiencia nos llevó a lanzar hace casi 2 años BBC HD, nuestro objetivo es simplemente darle a la audiencia latinoamericana acceso a los mejores contenidos generados por la BBC en todos los géneros en una plataforma propia que hasta ahora no existía.

- ¿Cuáles son las expectativas y las metas para este año respecto de cada una de las señales?

- Pese a la recesión que ha experimentado la región, las economías en América Latina siguen fortaleciéndose y estimulando el crecimiento en la penetración de la TV paga en la región. Los contenidos de BBC tienen alta demanda en nuestra región porque aparte de entretener, son contenidos que informan y enseñan. Esta creciente demanda de productos televisivos innovadores y de calidad han impulsado el crecimiento de BBC Worldwide Channels en la región. Mientras continuamos expandiendo la penetración de nuestras señales, también hemos decidido diversificarnos, por lo que la empresa trabaja ya en un piloto de aplicaciones on line que sea flexible para lanzar en otros mercados, tanto en inglés como en otros idiomas.

Nueva división de Viacom



Viacom International Media Networks (VIMN) – The Americas presenta Be Viacom, el nuevo brazo creativo designado para generar vinculación de marca a través de las marcas de medios propias que incluyen a MTV, Vh1, Nickelodeon, Comedy Central, Nicktoons y Nick Jr. en América Latina. Be Viacom aspira a desarrollar e introducir soluciones creativas que intensifiquen los activos y la experiencia de VIMN desde una perspectiva creativa y de negocio. La recién creada división anuncia el

lanzamiento de MTV Shorts como un esfuerzo por cambiar las métricas de marca y relevancia entre la juventud. Coca-Cola ha sido confirmada como el primer socio de contenido brandeado para producir los primeros MTV Shorts que serán parte de la plataforma de música de la marca. Las cápsulas se han podido ver por MTV Latinoamérica y en www.coca-cola.tv desde el 7 de marzo hasta el 30 de abril, 2013. Las cápsulas narran la historia del “Festival Guy”, un muchacho común y corriente, fanático de los festivales

musicales, que hará hasta lo imposible por asistir y no perderse los. En los cortos se pueden ver los viajes largos, las complicaciones y anécdotas que vivirá “Festival Guy” para asistir a sus festivales favoritos, creará memorias y hará amistades que lo acompañarán en sus nuevas aventuras musicales. Producido en México, “Festival Guy” destaca los festivales musicales como Vive Latino en México DF y Lollapalooza en Santiago de Chile, así como las experiencias que algunos de los fans viven al asistir, incluso antes de estar ahí.

CORPORACION PERUANA DE TELECOMUNICACIONES S.R.L.

CORPETEL.COM



DE TODO PARA CATV, VIA SATELITE & REDES HFC

- Antenas Parabólicas de fibra de Vidrio (Homologadas por el MTC.)
- Moduladores A/V
- Combinadores Pasivos (Pico Macom)
- Receptores de Satélite MPG4
- Amplificadores ACI, Motorola y FTD Networks
- FTD POWER SUPPLY 14 Amp.
- Transmisores Ópticos
- Nodos Ópticos
- Plataformas Ópticas
- ODF 12, 24, 48 y 96 hilos
- Proyectos llave en mano (Head end y planta externa)



Corpetel cuenta con un Staff de Ingenieros y Técnicos especialistas en redes HFC que garantizan su inversión



www.corpetel.com.pe

Tienda: **JR. PARURO 1401 TDA. 108**
"PARURO SHOPPING CENTER"

Oficina Comercial:
AV. NICOLAS DE PIEROLA 1717 DPTO. 502

 **428 3002 / 426 1251**

Rpm #315274

Nextel 817*3978

SOLUCION INTEGRAL EN TELECOMUNICACIONES

Acciones contra la clandestinidad

Por Sergio Piris*

Parte I

La idea de este artículo es mostrarles la situación actual de la piratería en la industria del cable en Argentina y como la estamos atacando desde Cablevisión.

Es importante aclarar que la piratería en la industria del cable no afecta solo al sector, sino que se ven perjudicados clientes, las señales y el propio estado que deja de percibir importantes sumas de dinero, ya que es una industria que debe pagar distintos tipos de impuestos de alcance nacional, provincial y municipal.

Uno de los principales motivos por lo que Cablevisión ataca la clandestinidad es por sus clientes. Es importante demostrarles no solo la calidad del servicio, sino cuidarlos y que no sientan que mientras ellos abonan el servicio otros vivos no lo hacen.

Cablevisión realiza periódicamente inspecciones domiciliarias e investiga las distintas denuncias que recibe. Es importante destacar que, además de los equipos de trabajo destinados exclusivamente al ataque de la piratería, la empresa cuenta con un canal de denuncia vía web muy importante. Allí los propios clientes son los que nos dan información sobre situaciones irregulares que luego se investigan.

Esto es sin duda porque para la empresa deben aplicarse medidas duras que respalden todas las acciones impulsadas desde las operaciones en el combate contra la piratería. En este sentido, es importante llevar adelante acciones legales en los casos más representativos que nos permitan instalar en la sociedad la conciencia de que conectarse ilegal es robar.

También es importante que la propia justicia pueda tomar conocimiento de estas situaciones y, por medio de ello, obligarlos a estudiarlas y resolverlas. Es así como se han ido modificando los criterios de los jueces y han podido resolver favorablemente a pesar de una falta de tipificación legal específica.

Desde la Gerencia de Asuntos Legales, el sector de Clandestinos esta encargado de impulsar estas acciones con los principales casos que serán presentados para el inicio de denuncia penal en los diferentes tipos de actividad clandestina.

Hay cinco tipos de actividad clandestina: clandestino común, clandestineros, redes clandestinas, robo y clonación de Equipos, y TV Satelital.

Recolección de prueba. Una vez seleccionado el caso, es muy importante recolectar desde el inicio las pruebas que se aportarán a la justicia para darle la consistencia suficiente ante inicio de una Denuncia Penal. Es decir, que aportamos la mayor cantidad de elementos probatorios posibles y certificados por escribano público, a los fines de facilitar la investigación y además en crear la convicción en el funcionario judicial. Tenemos que ser muy cautelosos de no violar ninguna garantía y/o derecho constitucional que tenga el individuo denunciado.

Se ha llevado adelante una importante actividad en Juzgados y dependencias policiales, quienes han tenido que evolucionar con el avance de nuestra tecnología. Con el aporte de varias Divisiones Especiales de la Policía Federal Argentina, trabajamos permanentemente en conjunto en instancias claves para los procesos como los allanamientos e investigaciones. Los hemos capacitado en aspectos técnicos de nuestro servicio y es muy importante sostener, fortalecer y extender este proceso a todos los organismos y dependencias que tengan la facultad de peritar sobre nuestra tecnología.

Clandestino común. Periódicamente se seleccionan casos de clandestinos comunes para llevar a la justicia. Estos casos, comúnmente son los que se conectan de TAP, en edificios o comparten con un cliente activo y ocasionan problemas en el servicio. Con nuestro asesoramiento permanentemente se realizaron las actas de constatación y fotografías con escribano publico mas los Informes Técnicos que constituyen la documentación necesaria que junto a la formulación de la denuncia completaran el proceso para el inicio de denuncias penales.

Con esta modalidad de trabajo logramos instancias más rápidas por la claridad y cantidad de información aportada en los inicios de los procesos.

Selección del caso: se recomienda seleccionar al clandestino que sea denunciado por un cliente indignado, haya utilizado la fuerza para conectarse, tenga reincidencia de cortes documentados y cuente con poder adquisitivo medio/alto.

Acta de escribano: nosotros aportamos los detalles técnicos en las actas y es muy importante mencionar si el clandestino utilizo la fuerza para realizar la conexión. A pesar de que en ocasiones no encontremos nada roto o dañado, el hecho de quitar la carga de seguridad que habitualmente colocamos con una herramienta especial para evitar los clandestinos es considerado "forzar una cosa" y debe ser destacado específicamente.

Informe Técnico: estos informes son complementarios al acta del escribano y deben ser muy específicos y detallados. Contienen toda la información que tengamos del domicilio clandestino y la relación que tuvimos con el mismo junto al detalle técnico de la conexión clandestina.

Clandestineros. Actualmente se monitorean permanentemente por un canal específico las denuncias recibidas de este tipo para su investigación. Los datos son cargados en una base donde registramos todos los casos para analizar su actividad. El desarrollo de esta actividad ha tomado popularidad en los barrios producto de la situación social y la sensación de impunidad.

Investigación de denuncias: permanentemente se realizan investigaciones sobre las denuncias recibidas.

Opción telefónica: cuando contamos con opción telefónica, confirmamos la denuncia para asegurar el proceso y realizamos Acta de constatación con escribano público mediante una grabación con escucha de la conversación mantenida en el llamado telefónico.

Infraganti: luego de los análisis previos y de acuerdo a los datos recopilados, se disparan acciones operativas con el fin de establecer y confirmar la actividad clandestina. Desplegamos fuerzas de corte de clandestinos en campo provocando reclamos de los clandestinos y forzamos la actividad del Clandestino. Preparamos un escenario especial para forzar el encuentro con un operativo de corte que nos permita encontrarlo fácilmente.

Una vez producido el encuentro se procede a documentar la actividad clandestina para complementar los elementos probatorios que nos permitan sustentar la futura denuncia penal.

Redes clandestinas. Son redes que roban nuestra señal desde algún punto de nuestra red para distribuir y comercializar nuestro servicio de forma ilegal en zonas donde no tenemos cobertura. Se detectan por controles periódicos o denuncias de clientes. Es necesario contar con un relevamiento de red actualizado. Surgen en las periferias más allá de nuestra cobertura y extienden la red a zonas fuera de nuestro alcance. Se investigan con el fin de confirmar y detectar los posibles administradores para avanzar luego con la denuncia penal. Se procede a la certificación de la misma SIN CORTE.

Robo y clonación de equipos. Los casos de robo de equipos serializables son cada vez más comunes. Se pueden observar permanentemente anuncios de venta ilegal de decodificadores y Cablemodem en páginas de Internet.

Se detectan los casos que originan fuga de equipos y son investigados para llevar a la justicia. Los equipos Cablemodem traen certificado de MAC correspondiente al equipo que identifica a un usuario válido y al servicio que posee. Con una técnica de robo de certificado válido, se logra un Cablemodem "gemelo". Para permitir iniciar una investigación debemos aportar más datos a la hora de presentar nuestra denuncia.

TV Satelital. La problemática es que se están vendiendo decodificadores tipo DTH (Direct To the Home) con el formato de modulación DVB-S (Digital Video Broadcasting - Satellite). Se puede observar que estos decodificadores permiten el acceso sin el pago de ningún abono mensual a una amplia grilla de canales, pertenecientes a la señal que brinda Telefónica en Latinoamérica como servicio DTH, las cuales se encuentran cifradas o encriptadas.

El sistema de cifrado utilizado por Telefónica es el provisto por Nagra, quien se dedica al desarrollo de seguridad y protección de contenidos.

Lo que hace la caja es emular el sistema de seguridad permitiendo la visualización de todos los canales disponibles en el satélite y tanto Telefónica como Nagra no tienen manera de mitigarlo salvo por algunas contramedidas como cambio de claves o en un futuro próximo el cambio total del sistema de encriptación. La tarea de instalación es sencilla, la misma que los instaladores de Telefónica harían, es decir es amurar la parábola y luego de haberla fijado en la pared orientarla a las coordenadas del satélite Amazonas perteneciente a la empresa española Intelsat.

Desde Cablevisión atacamos a cada uno de los tipos de piratería, iniciando acciones penales. Somos la empresa con mayor cantidad de denuncias, ya que consideramos que debemos atacar la piratería de la forma más agresiva posible.

En los últimos meses se han logrado resultados muy buenos, ya que se han realizado allanamientos en Palomar, Glew y Carapachay en la Provincia de Buenos Aires, con resultados muy buenos. Se secuestraron gran cantidad de bobinas de cable, ropa de la empresa, equipos decodificadores, cablemodems. Estos eran casos de clandestinos y explotadores de redes clandestinas que operaban como empresas de cable paralelas.

Conclusiones. Consideramos que la piratería se debe atacar diariamente desde los distintos sectores de la empresa. La capacitación técnica de personal judicial y de las fuerzas de seguridad es indispensable, ya que en varias ocasiones se complica la realización de algunas pericias, por desconocimiento técnico de aquellos que están a cargo de las mismas.

En Cablevisión hemos realizado recientemente capacitaciones a personal de fiscalías del Gobierno de la Ciudad y nuestra idea es darle continuidad a las mismas. Lamentablemente, y a diferencia de lo que ocurre en otros países cercanos, no contamos con una tipificación específica para este tipo de delitos. Sin dudas debemos trabajar en conjunto las distintas empresas del sector para disminuir la piratería en la industria del cable.

**Sergio Piris es asesor legal de Cablevisión.*

En la próxima edición de la Revista ATVC se publicará la segunda parte de esta nota.

ALTERNA TV



Pablo Mancuso

Subdirector de Ventas para Latinoamérica

Con sus canales PXTV, INTI Network, LAS y Show Business, Alterna TV apunta a conquistar los mercados latinoamericanos con la fórmula que la hizo exitosa entre el público hispano de Estados Unidos. Para conocer más a fondo su oferta a los cableoperadores y la estrategia de distribución en la región, Revista ATVC entrevistó a dos de sus principales directivos como Maricela Hernández, Directora de Ventas Afiliadas, y Pablo Mancuso, Subdirector de Ventas para Latinoamérica.

- ¿Cuál es el objetivo para este año?

- El 2013 es el año en el cual nuestra distribuidora de contenidos buscará una mayor expansión en América Latina replicando el exitoso modelo de negocios que hace varios años ha desarrollado en el mercado Hispano de Estados Unidos.

- ¿Qué expectativas tienen en ese sentido?

La expansión de Alterna TV en América Latina

EL DISTRIBUIDOR DE CONTENIDOS DE TELEVISIÓN EN ESPAÑOL PARA EL MERCADO HISPANO DE USA APUESTA FUERTE A LA EXPANSIÓN EN AMÉRICA LATINA. REVISTA ATVC CONVERSÓ CON SUS EJECUTIVOS.

- Tenemos altas expectativas para este año, apostando fuertemente a el mercado de América Latina, para conseguir este objetivo fortalecimos el área de ventas con nuevas incorporaciones.

- ¿Cuál será la propuesta para seducir al público latinoamericano?

- Alterna TV está enfocada en satisfacer las necesidades de los televidentes hispanos y para continuar con esta misión estamos presentando en América propuestas frescas de entretenimiento como PXTV, Canal de deportes de Acción; INTI Network, el innovador canal de inspiración holística, nutrición y bienestar físico, salud ancestral y recientes hallazgos de la medicina moderna; LAS Latin American Sports, canal de deportes con contenido de México, Puerto Rico y Cuba con exclusividad de derechos en la Liga de Béisbol Cubana, Liga Mexicana y la Liga Mexicana del Pacífico, la Liga Profesional de Béisbol, AA y Colicoba de Puerto Rico, entre otros; y Show

Business, el canal de entretenimiento total con variedades, noticias de los espectáculos y eventos del mundo del entretenimiento Latino y cobertura de los eventos más importantes de la farándula.

- ¿Estas señales están en alta definición?

- PXTV, LAS e INTI Network están disponibles en Alta Definición desde este año y ya hemos recibido propuestas para próximos lanzamientos en importantes operadores.

- ¿Qué es Alterna TV como compañía?

- AlternaTV International Corp es subsidiaria de SATMEX, compañía satelital con la mejor cobertura en América. Desde 2004, Alterna TV se dedica al desarrollo, distribución y provisión de servicios integrales a canales de televisión paga. Tiene presencia en doce países de la región y doce millones de suscriptores, contando con más de doce señales con variedad de géneros como Entretenimiento, deportes, noticias, películas, salud y bienestar.



Chello Latin America se une como miembro a LAMAC

Chello Latin America anunció formalmente que se unirá al grupo de miembros del Latin American Multichannel Advertising Council (LAMAC). Con la entrada de Chello Latin America, LAMAC suma cinco canales nuevos (elgourmet.com, Film&Arts, Europa Europa, Cosmopolitan TV, Reality TV) al listado de más de 44 canales miembros de la organización.

De acuerdo con Alejandro Harrison, CEO de Chello Latin America, "nuestro ingreso a LAMAC corresponde a una estrategia clara de expansión y fortalecimiento en la región. Estamos muy optimistas que al unimos a una organización tan sólida como LAMAC nuestro negocio se verá claramente beneficiado. La industria de la TV Paga crece cada día más en la región, razón por la cual el ser miembros de una organización como LAMAC es una decisión que estratégicamente tiene mucho sentido".

En palabras de Enrique Cusco, CEO de OLE Communications y Chairman de LAMAC, "los miembros de la Junta Directiva de LAMAC estamos muy complacidos con el ingreso de Chello Latin America a la membresía de la organización. LAMAC permite a nuestra industria tener una voz en el mercado a través de su dialogo continuo con

instituciones dentro del mercado publicitario Latinoamericano y a través de sus investigaciones, análisis y programas educativos, que promueven nuestra industria y sirven de gran apoyo a los miembros para mantener un contacto más cercano con el mercado".

Para Gary McBride, Presidente y CEO de LAMAC, "la membresía de Chello Latin America representa un paso importante para nuestra organización. Durante los últimos diez años LAMAC ha estado dedicada exitosamente a la promoción de la industria de la TV paga en Latinoamérica. El ingreso de cinco canales nuevos, además de MGM y Casa Club TV, que ya hacían parte de la membresía de LAMAC y que hace poco fueron adquiridos por Chello Latin America, es un claro indicativo de que nuestra industria está fortaleciéndose en toda la región".



Alejandro Harrison
CEO de Chello Latin America



Cartoon Network festejó sus 20 años

EL CANAL DE ANIMACIÓN CELEBRÓ SU VIGÉSIMO ANIVERSARIO EN LA REGIÓN CON UN ENCUENTRO ESPECIAL QUE REUNIÓ A PERIODISTAS, CLIENTES, EJECUTIVOS, Y POR SUPUESTO, LOS PERSONAJES FAVORITOS DE TODOS LOS NIÑOS.

Cartoon Network cumple dos décadas de historia y en ese marco, festejó su cumpleaños a lo grande. La cita se dio en el exclusivo Faena Arts Center, un lugar especialmente seleccionado y ambientado, que reunió a más de 80 personas, entre periodistas, clientes y ejecutivos.

Los invitados fueron recibidos por los personajes favoritos: Ben 10, Gumball, Finn y Jake. En el desarrollo del evento, todos se sorprendieron con la presencia de la Orquesta Estable del Teatro Colón, que interpretó en vivo la música de los shows más importantes de la historia de Cartoon Network, mientras se proyectaba un video institucional con imágenes alusivas.

En el marco de esta celebración, Barry Koch, VP Senior y Gerente General de Cartoon Network y Pablo Zuccarino, VP y Gerente, brindaron palabras referentes al aniversario, crecimiento y trayectoria del canal. Además, Whit Richardson, Gerente General de Turner Internacional Argentina y VP Senior de Ventas y Marketing de Turner Broadcasting System Latin America, Alejandro Besio, VP de Comunicaciones Corporativas y Marketing Cono Sur, entre otros ejecutivos de la compañía, se hicieron presentes en el festejo y brindaron por el cumpleaños

del canal.

Barry Koch fue el encargado de dar inicio al encuentro y aseguró estar feliz y orgulloso por este aniversario: "He trabajado mucho tiempo en Cartoon Network, fue un viaje muy largo, lleno de diversión, personajes, sorpresas, conexiones profundas con padres y niños, cambios en la tecnología y en la forma de comunicarse con nuestra audiencia. Desde el inicio, hemos sabido adaptarnos a cada uno de los cambios; hemos crecido desde una idea revolucionaria, hasta ser una marca líder del entretenimiento para chicos".

Junto a él, Pablo Zucarino agregó: "Con la combinación de los mejores contenidos, un foco muy fuerte en entender a nuestra audiencia y una personalidad única e innovadora, hemos encontrado la fórmula para seguir siendo líderes y mantenernos relevantes a través de estos 20 años".

Sin lugar a dudas, Cartoon Network se ha convertido en una de las cadenas de televisión más vistas por los niños de 4 a 11 años, y hoy sorprende y entretiene a más de 48 millones de hogares en la región. Como no podía ser de otra manera, su vigésimo aniversario se festejó a lo grande.



Pablo Zuccarino, VP y gerente de Cartoon Network y de Tooncast, Whit Richardson, Gerente general de Turner Internacional Argentina y VP Senior de Ventas y Marketing de Turner Broadcasting System Latin Améric, Barry Koch, VP Senior y gerente general de Cartoon Network, Boomerang y Tooncast, Lisa Weger, VP de Marketing Estratégico y Licencias de Cartoon Network, Boomerang y Tooncast y Alejandro Besio, VP de Comunicaciones Corporativas y Marketing Cono Sur.



Dos décadas de éxito



La historia del canal comienza en diciembre de 1991, cuando Turner Broadcasting System, Inc. adquiere la empresa Hanna-Barbera Entertainment Co., y lanza un año después el primer canal dedicado exclusivamente a dibujos animados en Estados Unidos. Fue en 1993 cuando Cartoon Network llega a América Latina, en idioma español y portugués; con Los Picapiedras, Los Supersónicos, Tom y Jerry y El Oso Yogi invadiendo los hogares. Con el paso del tiempo, el canal enriqueció su programación y rápidamente se convirtió en la filмотeca de caricaturas más grande del mundo y en un exponente de vanguardia en términos de innovación y revolución de formatos visuales.

Con algunos clásicos como Las Chicas Superpoderosas, Johnny Bravo y Las Sombrías Aventuras de Billy y Mandy, acompañado por nuevos éxitos como Hora de Aventura, Un Show más, El Increíble Mundo de Gumball, Ben 10 y su primera producción

original live action LA CQ; Cartoon Network pone a disposición del espectador más de 14.000 series y cortos, incluyendo creaciones originales realizadas en sus propios estudios, producciones locales y los dibujos animados de la Warner Bros., MGM y Hanna-Barbera.

Este universo creado por el canal ha marcado a más de una generación, atrayendo a niños y adultos de todo el mundo. Tal ha sido el impacto de sus creaciones que muchas de ellas han sido reconocidas fuera de la pantalla: el canal ha cosechado 57 Premios Emmy, series como Las Chicas Superpoderosas han llegado a los cines e incluso, gracias a la NASA, varias rocas de Marte llevan los nombres de Scooby, Shaggy, Yogi, Boo-Boo, Bamm-Bamm, Zorak, Moltar y Brak.

Desde su creación, Cartoon Network se ha esforzado por mantenerse actualizado y alineado a las tendencias del momento, incentivando a los niños a familiarizarse con las nuevas tecnologías. Es así como ha sido pionero en materia digital y actualmente los contenidos multiplataforma son clave fundamental de su éxito.





María Jesús Pérez
Subdirectora Venta
Canales

“Trabajamos para fortalecer la distribución”



MARÍA JESÚS PÉREZ DE TVE, CUENTA LOS PROYECTOS DE LA TELEVISORA PÚBLICA ESPAÑOLA PARA ESTE AÑO EN LATINOAMÉRICA Y COMENTA LOS CONTENIDOS DE LAS SEÑALES.

- ¿Qué expectativas y metas tienen para este año en Latinoamérica?

- En 2013 esperamos seguir viendo crecer en número de hogares, consolidar presencia en mercados más pequeños y empezar a formar parte de nuevas plataformas en toda la región. Internamente seguimos trabajando para fortalecer la distribución de nuestros dos canales y para dar a conocer sus contenidos con acciones promocionales y de marketing conjuntas con nuestros socios en la región.

- ¿Qué programación importante prevén estrenar en los próximos meses?

- Además de la 14ª temporada de “Cuéntame cómo pasó” y la tercera de “Gran Reserva”, que se han estrenado en enero, a lo largo de la nueva temporada de ficción está previsto el estreno de nuevos capítulos de la quinta temporada de “Águila Roja”, la gran serie de aventuras de la televisión; de la tercera temporada de “Los Misterios de Laura”, protagonizada por la original inspectora Laura Lebel; y de la segunda temporada de “14 de abril. La República”. En programas de entretenimiento, lo más destacado es Máster Chef. También se están produciendo la segunda temporada de “Isabel” y la serie diaria “Gran Reserva”. En cuanto a TV movies, está prevista la emisión de “Carta a Eva”, sobre la visita de Eva Pe-

El éxito de Isabel en MIPTV

La serie histórica “Isabel” ha sido una de las principales protagonistas de la presencia de TVE en la 50ª edición del MIPTV 2013 y se cerraron acuerdos para su distribución en varios países. La cadena pública española presentó en esta importante y tradicional feria profesional, llevada a cabo en la ciudad francesa de Cannes, sus últimas producciones, prestando especial atención a las series de ficción, documentales e infantiles. Asimismo se han realizado acercamientos para nuevas coproducciones internacionales. Esta producción va a llegar al público de Rusia, Serbia y Croacia de la mano de MME y, también se ha llegado a un acuerdo de distribución en Francia.



rón a España a finales de los años 40, entre otras.

- ¿Cómo se integra actualmente la programación de los canales?

- Nuestra principal preocupación sigue siendo ofrecer a nuestros espectadores una oferta atractiva y de calidad. TVE Internacional es el canal generalista de TVE para el mundo, cuyo objetivo principal es proporcionar la mejor y más amplia oferta con una programación variada y de calidad. Información, cultura, ficción y entretenimiento conforman esta programación, que se constituye a través de los mejores progra-

mas de los canales nacionales de TVE, a los que se suman espacios específicos, que refuerzan los objetivos de TVE Internacional. En el Canal 24 horas tenemos la “simple” misión de estar 24 horas pegados a la actualidad. Es un canal “todo noticias” cuyo único género es la información. Ahora bien, existen muy diversas maneras de acercarse a la información. A saber; conexiones en directo, noticias, reportajes y programas informativos, entre otros. En el Canal 24 horas tratamos de construir una oferta variada, rica en formatos, siempre bajo las premisas de independencia, pluralidad y servicio público.

NHK World TV muestra lo más fascinante de Japón



La programación de NHK World TV de mayo presenta los mejores estrenos para seguir conociendo la vida y la cultura nipona. En “¡Vamos, cocina, vamos!”, los chefs llenos de vida se abocan a la búsqueda de ingredientes tradicionales para preparar platos innovadores. En este episodio, la visita a un pescador y a un agricultor del antiguo distrito del centro de Tokio “Viajes por Japón, Okinawa y Amami Oshima”(en tres partes), transita junto al espectador el sur de Japón, explorando estas dos islas, donde los habitantes viven casi en perfecta armonía con la naturaleza impresionantemente variada.

Otro de los estrenos es “Sazonar las estaciones”: durante los últimos 300 años, peregrinos esperanzados de todos los orígenes han acudido a la isla de Shikoku para visitar el santuario de

Kotohira-gu, popularmente conocido como Konpira-san. Más de tres millones de visitantes oran allí cada año. La creencia común es que no importa la procedencia de uno, los dioses de Konpira-san responderán a sus oraciones.

Por último, llega “Kyoto central”: la primavera es la estación para los sakura, que significa los cerezos en flor, en Kyoto, donde el hanami -admirar las flores- tiene una historia de más de 1000 años. La gente se congrega para disfrutar de las maravillosas flores. Esta producción acompaña en el momento culminante de una de las estaciones más hermosas en la antigua capital.



datavideo®

SE-2800 Switcher

Switcher HD/SD-SDI, HDMI,
& video compuesto



Switcher de múltiple definición diseñado para eventos o actividad que requiera un máximo de ocho fuentes de entrada SD o HD. Es capaz de aceptar un total de ocho entradas, en diferentes combinaciones de video entrelazado SD/HD-SDI, HDMI, y video compuesto. Se puede utilizar ocho entradas SD/HD-SDI, o seis SD/HD-SDI y dos entradas HDMI. Los usuarios pueden incluso aceptar cuatro fuentes SD/HD-SDI, dos fuentes de video compuesto y dos fuentes HDMI. Este switcher de 8 entradas es ampliable a 12 entradas para una mayor versatilidad.

HS-2800

Mobile Studio HD/SD SDI
HDMI, y Video Compuesto.
Incluye Monitor 17", Sistema
de Intercom y Tally.

We make live production easier.

datavideo®
www.datavideo.us

DISTRIBUIDOR OFICIAL EN ARGENTINA
Megaservice - ASDA SRL
ventastv@megaservice.com.ar



Falleció Jeff Fruman, presidente y fundador de International Cable Corp

SU DECESO SE PRODUJO EL 12 DE MARZO ÚLTIMO, A LOS 42 AÑOS DE EDAD. LA EMOTIVA DESPEDIDA DESDE LA COMPAÑÍA QUE SUPO CREAR Y HACER CRECER.



Jeff Fruman nació en Boston, Massachusetts el 16 de Septiembre de 1970. Fue un hombre de inspiración, alegre, entusiasta por la vida, amaba a la gente y se comprometía con los mismos. En sus ojos se podía ver lo orgulloso que se sentía por su trabajo, la compañía que fundo y vio crecer. International Cable Corp. abrió sus puertas en 1990 proveyendo productos, servicios y soporte técnico para cable operadores a nivel mundial. Para el año 1999 comienza a realizar transacciones a nivel internacional destacándose por su eficiente servicio y la calidad de sus productos. Ante el crecimiento de la empresa y los negocios en Latinoamérica la misma abre en el 2003 sus oficinas en Caracas-Venezuela y para el 2004 en Bogotá-Colombia. Con el fin de siempre ofrecer el mejor servicio, calidad y garantía a todos los clientes se crea en el 2008 el departamento de reparación. Con sus sueños y metas Jeff Fruman estructuró una compañía activa, sólida y con metas claras a seguir, que busca la calidad en su

desempeño y hace esfuerzos por responder de forma oportuna y efectiva a los nuevos desafíos y tendencias.

Durante estos años no solo fundo una compañía sino que también formo nuevos líderes en este mercado. En el año 2010 compartió sus sueños, metas y visión con Edmerson Vasquez (Actual CEO de International Cable Corp.) donde el mismo se unió y comprometió a este sueño. Edmerson Vasquez continuará lo que Jeff un día estructuró, desarrollando nuevos negocios y oportunidades para la industria de las telecomunicaciones en el continente Americano y a nivel internacional, manteniendo la misma filosofía "El éxito de una compañía no descansa en ofrecer un buen precio, sino en la combinación del mejor precio con el mejor servicio"

"Jeff Fruman, nuestro presidente y fundador, ya no se encuentra en medio de nosotros, pero sin duda recordaremos a ese hombre que nos dijo adiós el 12 de Marzo, de 2013, dejándonos un importantísimo legado en nuestras manos. International Cable Corp. continúa y continuará siendo un líder en el mercado y ahora con una herencia y un motivo más para seguir luchando y honrar la memoria de nuestro fundador. International Cable está lista y entusiasmada para seguir satisfaciendo cada una de las necesidades de nuestros clientes", señaló la empresa en un comunicado.



Se acerca TEPAL

Como todos los años, TEPAL prepara su próxima Convención, en este caso la vigésimo tercera, que se llevará a cabo entre el 14 y el 16 de agosto próximo. Para conocer detalles del evento, así como también de las actividades de la organización, Revista ATVC consultó a Humberto García, Secretario Permanente de TEPAL, quien contó las últimas noticias.

- **¿Qué novedades pueden adelantar para la feria TEPAL 2013?**

- El evento se realizará en el nuevo Hotel Resort Westin Playa Bonita de la Ciudad de Panamá, en las Riberas del Canal del Canal de Panamá.

- **¿Cuál será el formato en esta edición?**

- El formato será similar al de los dos últimos años, con área de Stands, áreas Lounge para reuniones entre los participantes y las Conferencias: Sesiones académicas, Foros y Talleres Técnicos.

- **¿Cuáles son las prioridades de la organización para este año de acuerdo a lo que sucede en los distintos mercados de la región?**

- Nuestro Comité Ejecutivo se encuentra permanentemente trabajando en los siguientes temas: Redes Wifi, Guías Digitales, Next Generation TV, Servicios e implementación de Servicios OTT y VOD, y coordinando su implementación con los diferentes programadores satelitales.

- **¿Qué reuniones y actividades tiene programadas para los próximos meses?**

- Tendremos reuniones durante la NCTA en Washington el 12 de junio, Panamá, EXPO TEPAL 23 el 15 de agosto, y durante las Jornadas de ATVC el 25 de Septiembre. Estaremos participando en nuestra calidad de miembros en la próxima reunión del Comité de Derechos de Autor y Derechos conexos de la OMPI que se llevará a cabo en Ginebra, Suiza, del 16 al 20 de Diciembre del presente año.



exp CANITEC

2013

Liderazgo e Innovación

29 - 31 de Mayo
Ciudad de México
Centro Banamex

4
PL 4A



Patrocinadores Oficiales





“Una herramienta para mejorar la calidad del servicio a los usuarios”



Javier Ríos
Director de 4Business

“En este último año hemos logrado crecer fuertemente, con clientes en Perú, Colombia, Panamá, Venezuela y República Dominicana. Esto no sólo se dio por nuestra gestión en la promoción de nuestros productos y servicios, sino también por las referencias que se dan entre los operadores sobre la calidad de lo que brindamos”, expresa Javier Ríos, director de 4Business. “Nuestra intención, lógicamente, es seguir abriendo mercados y en este sentido iremos a Canitec con el propósito de dar a conocer los desarrollos y soluciones de 4 Business en México, que sin dudas es uno de los mercados más fuertes de la industria de TV paga”, anticipa.

En cuanto a las funcionalidades y

EL SISTEMA QUE OFRECE 4BUSINESS PERMITE AL CABLEOPERADOR CONTROLAR TODA LA OPERACIÓN EN FORMA REMOTA Y REDUCIR A CERO LAS IMPERFECCIONES QUE PUDIERAN SURGIR EN FACTURACIÓN, ENTREGA DE EQUIPAMIENTO O USO DE INFRAESTRUCTURA.



capacidades que tienen los productos que entrega 4Business a los operadores, Ríos puntualiza a Revista ATVC que “hemos desarrollado un software que permite al abonado saber sobre su estado de cuenta online y saber lo necesario sobre todas las atenciones y servicios que le brinda el operador; también hemos desarrollado lo que es la integración con los CAS, lo cual permite manejar en forma remota todo lo referente a equipamiento en terreno y también un servicio de SMS que permite el control de las prestaciones que se brindan. Además, cuentan con la capacidad de realizar cobranzas en forma online”.

Ríos hace hincapié en que sus productos “están orientados a optimizar los servicios que se entregan al cliente. Lo que torna confiable al sistema es la información que genera, ya que no admite dudas o error que se haya generado por algún dato incorrecto, permite observarlo inmediatamente. Este es un punto

crítico ya que le permite al operador saber qué es lo que está pasando con sus clientes en el momento”.

Entre las bondades que ofrece el sistema de 4Business se encuentra “que cuenta con herramientas muy simples y sencillas de usar, su implementación no es para nada traumática, su navegación es simple y se adapta a las demandas de distintos tipos de empresas sin que se tenga que considerar su envergadura. Además, como su implementación es a través de la web, eso implica un gran ahorro”.

Al referirse al mercado de TV paga Ríos comenta que “se advierte que estamos en un buen momento en general en Latinoamérica, con oportunidades de crecimiento en todos los países. En cuanto al segmento que nos toca, vemos que los operadores están cada vez más preocupados por mejorar la calidad de los servicios y su atención al cliente, y eso nos abre la puerta para sumarnos a esa intención”.

Sennheiser llega a la Fórmula 1



Infiniti Red Bull Racing ha dominado los campeonatos mundiales de ingenieros de Fórmula Uno durante tres años. Ahora suman a su equipo a Sennheiser, que ha mantenido supremacía al frente de la alta calidad en sonido durante casi 65 años.

Mientras Infiniti Red Bull Racing lleva el victorioso desempeño a las pistas, Sennheiser brinda al equipo de competición el sonido de alta calidad del primer Proveedor Oficial de Audio. El equipo de audio de Sennheiser es utilizado por el Director de equipo, Christian Horner, durante sus sesiones informativas.

A lo largo de la temporada, las empresas trabajarán juntas en un número de proyectos interesantes que llevarán los sonidos y las sensaciones de Infiniti Red Bull Racing más allá. El primer desarrollo que se anunciará es la creación por parte de Sennheiser de una edición especial para Infiniti Red Bull

Racing de sus aclamados auriculares Momentum, con los colores y el logo del equipo de F1. Como parte de la selección de estilo de Sennheiser, el Momentum combina alta calidad, materiales lujosos con increíble calidad de sonido basada en la amplia experiencia del experto en audio de alto rendimiento. Esta edición limitada se encontrará disponible para los equipos e invitados especiales. El Momentum y los productos de insignia adicionales de Sennheiser tales como los auriculares HD 800, HD 700, IE 800 y la serie de micrófonos inalámbricos 9000 se exhibirán en carreras seleccionadas en el Paddock Club.





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](http://WEB:TEPAL.ORG)

g

Nombramiento en LFP Broadcasting

Alex Behrens fue designado Vicepresidente Regional de Ventas y Mercadeo para América Latina. El anuncio fue hecho por Michael H. Klein, Presidente de LFP/New Frontier Media y por la SVP de Ventas y Mercadeo, Lilian Martin, a quien Behrens le reporta. Behrens llega a LFP/New Frontier Media desde Eurochannel Inc., en Miami, donde se desempeñó como COO. Dentro de sus principales responsabilidades estuvo a cargo del día a día de la operación y con responsabilidad en el crecimiento a futuro de la empresa a través de los contratos con clientes.

"Estamos muy contentos de tener a Alex como jefe de nuestro equipo de Latinoamérica. Su amplia experiencia en gerencia, familiaridad con este importante territorio y su conocimiento de nuestra línea de productos, hace que sea la persona ideal para el manejo de esta importante asignación", señaló Klein.



a

agenda 2013

Mayo

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

Junio

25 Y 26
Feria Internacional de Telecomunicaciones
Asociación Cableoperadores Ecuador (ASOCOPE)
Centro de Convenciones Eugenio Espejo
Quito- Ecuador
Web: www.ferintelec.com

Julio

31 Y 1 DE AGOSTO
Tecno Televisión
Centro de Convenciones Corferias
Bogotá - Colombia
Web: www.tecnotelevision.com

Agosto

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

28 Y 29

Asunción Media Show
Hotel Sheraton Asunción
Web: www.grupoisos.net

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

g

Alvaro Palacios se incorpora a DLA

DLA, la empresa líder en el desarrollo de productos de entretenimiento para plataformas VOD en América Latina y el Caribe, anunció hoy la designación de Alvaro Palacios como Director General de Ingresos (CRO) y Director de Ventas y Mercadeo. El ejecutivo, quien cuenta con una amplia trayectoria en la industria del entretenimiento y los medios digitales, estará basado en Miami y reportará directamente a Antonio Barreto, CEO de la empresa.

"La incorporación de ejecutivos con visión estratégica y reconocida trayectoria en la industria a nivel internacional es clave para asegurar el crecimiento de DLA y su liderazgo en el desarrollo de productos de

VOD en línea vía streaming a nivel regional", afirmó Barreto. *"Confiamos en que la experiencia de Alvaro nos permitirá lograr estos objetivos, asegurando el incremento de nuestros ingresos y el desarrollo de una nueva cultura corporativa alineada a nuestra visión del futuro."*

En sus nuevas funciones, Palacios tendrá a su cargo la planificación y desarrollo de estrategias e iniciativas encaminadas a incrementar los ingresos de DLA. Asimismo, jugará un papel importante en la definición y generación de una nueva dirección y cultura corporativa, así como en la implementación de estrategias internacionales que estimulen las ventas a afiliados, ventas publicitarias y otras potenciales fuentes de ingresos.



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. 196



22^{ed}
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

El Papa viene a Brasil y **EWTN** lo lleva al Mundo



EWTN 
el canal católico

Jornada Mundial de la Juventud • Julio 2013

Visítenos en Canitec • www.ewtn.com