

**Producción
audiovisual:**
ATVC realizó una
capacitación en Rosario

Expo TEPAL 24:
El mercado se da cita
en Panamá

**Libertad de
expresión:**
Conferencia de CERTAL
en Washington

Ejemplar de distribución gratuita

50 años
1964 - 2014
**TELEVISIÓN
ARGENTINA
POR CABLE**



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

Jornadas Internacionales suma atractivos



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

**JORNADAS
INTERNACIONALES
2014** 17, 18 y 19 de Septiembre
Hilton Buenos Aires
Argentina



**LLEGÓ EL 1^{er} CANAL
PARA MUJERES SEDUCTORAS**



Lifetime®



KILLIAN Y FREYA
LAS BRUJAS DE EAST END

MILIFETIME.TV

EL PRIMER CANAL
PARA MUJERES DE

HBO
LATIN AMERICA
GROUP™



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

**Av. de Mayo 749 – 5º P. Of. 31
1084 - 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 1º:
Ricardo Masini

Vicepresidente 2º:
Armando Ametrano

Secretario General:
Hernán Verdaguer

Pro-Secretario:
Ángel Cadelli

Tesorero:
Daniel Celentano

Pro-Tesorero:
Oscar González

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

Mientras transcurre el año en que celebramos el 50 aniversario de la TV por Cable en Argentina, la situación de nuestra industria presenta un panorama poco auspicioso a futuro, que debe ser corregido. Hoy estamos ante un escenario de desigualdad y atraso por la aplicación discrecional del marco regulatorio, que otorga una posición privilegiada a DirecTV, beneficios a las cooperativas y un ingreso solapado de las telefónicas; a lo que se debe sumar la exclusión del cuádruple play a las PYMES nacionales.

Es historia reciente ya, pero vale repetirla: la TV por Cable ha sido blanco de ataques sistemáticos en los últimos diez años. Desde los intentos de modificar la Ley para el ingreso de servicios públicos monopólicos, sean internacionales o cooperativos, y la constante falta de intervención para garantizar la interconexión a los Cables que querían brindar servicios de telecomunicaciones, hasta la concreción de Ley de Medios y sus discriminaciones regulatorias.

La concepción política de cada una de estas iniciativas tuvo siempre como real componente la construcción de una voz única, y la eliminación del pluralismo y la diversidad que el Cable personifica, por estar presente en cada pueblo del interior y en las principales ciudades. A pesar de estos embates la industria continuó con la inversión, aún en claras condiciones de amenaza y de la falta de claridad o previsibilidad del marco regulatorio. El Cable se convirtió en un importante prestador de banda ancha en el interior, un constante inversor en la democratización de acceso a la conectividad y en la puerta de ingreso a la Sociedad del Conocimiento de muchos argentinos olvidados por políticas oficiales.

El escenario prometido por la Ley de Medios quedó al descubierto a medida que se empezó a implementar esta norma: no se modificó el mapa de los medios; la ampliación de actores no fue tal, sino tan sólo el ingreso de amigos del poder; y, se benefició en forma directa a un actor extranjero, como DirecTV, contra todo el discurso nacional y de soberanía declamado. Con recientes resoluciones de la AFSCA, se insiste en un ordenamiento de la grilla que sólo se aplica a los Cables y que exime a esta empresa extranjera, que hoy se convierte en uno de los mayores conglomerados de comunicaciones del mundo a partir de la fusión con AT&T. Cabe aclarar que estos ordenamientos afectan principalmente a los Cableros chicos, a las PYMES de los pueblos, por su limitado recurso del ancho de banda de transmisión.

A esto se suma la licitación de 4G, que concentrará en manos extranjeras la totalidad del espectro de telefonía sin dar lugar a la participación de los empresarios argentinos, pero sí da espacio a actores o corporaciones internacionales, que ampliarán su servicio a radiodifusión bajo el concepto de cuádruple play.

En todo el mundo es el sector del Cable el que dinamizó la prestación de servicios de convergencia. Sin embargo, nuestra industria además de no ser tenida en cuenta por las políticas del Gobierno, notamos una constante voluntad de cambiar las reglas del juego en favor de empresas dominantes históricas, dueñas de la red de telefonía pública, que cuentan con un monopolio continuo de más de 25 años, y que hoy verían consolidada su posición de control sobre el mercado con la adquisición de la totalidad del espectro y la posibilidad de un "nuevo marco" que complete la obra que la Ley de Medios no pudo: que las telefónicas ingresen por la ventana para brindar servicios de comunicación audiovisual.

Ya se conoce el programa preliminar de Jornadas



EL EVENTO MÁS IMPORTANTE DE LA INDUSTRIA DEL CABLE EN LA REGIÓN SE LLEVARÁ A CABO DEL 17 AL 19 DE SEPTIEMBRE EN EL HOTEL HILTON BUENOS AIRES.



Nuevamente Jornadas Internacionales abre sus puertas en el Hilton Buenos Aires para presentar su edición número 24, exactamente en el año en que la Televisión por Cable celebra sus primeros cincuenta de actividad en la República Argentina. Allí se desarrollará, como es habitual, el despliegue de la actividad comercial en el Salón Pacífico, con la presencia de habituales y nuevos exhibidores de programación, quienes darán a conocer sus últimos productos y las nuevas propuestas de distribución y marketing. También se harán presentes los proveedores de tecnología y servicios para la industria, las novedades sobre nuevos equipamientos y servicios que mejorarán aún más la calidad de la oferta que brindan hoy los operadores de cable.

El vertiginoso ritmo de crecimiento de la industria, los nuevos desafíos que imponen la tecnología y las nuevas regulaciones que afectan al sector, serán los temas centrales de la actividad académica y las charlas de tecnología y workshops. Todo ello protagonizado por destacados especialistas del país y el exterior.

El centro de la temática académica estará dominado por las implicancias de las nuevas regulaciones gubernamentales en el desarrollo de la actividad y la visión de futuro del negocio que brindarán los Ceo's de las principales operadores de la región.

A ello se suma un programa de sesiones académicas preparadas por la Comisión Técnica de ATVC y la SCTE (Society of Cable Telecommunications/USA) que permitirá a los cable operadores y sus técnicos actualizar y perfeccionar sus conocimientos, los que seguramente redundarán en mejores servicios a sus abonados. A su vez, el Distrito Audiovisual de la ciudad de Buenos Aires volverá a presentarse con una conferencia que tocará los temas inherentes a su actividad.

Como ya es tradicional, el Día del Cable y la Educación pondrá su mirada sobre el desarrollo y la interacción entre el cable y los docentes para reforzar las currículas, amalgamando los avances en la ciencia de la educación con las nuevas tecnologías. Para este segmento ya han comprometido su participación la Red Intercable, Discovery Networks y Chello Latinamerica.

En el ámbito de lo social, las noches de la convención estarán realizadas por las habituales reuniones que realizan los programadores, propicias para disfrutar en camaradería después de una ardua jornada de trabajo.

Como siempre, Jornadas Internacionales será el ámbito cordial de encuentro y negocios, dentro de un marco de cuidada presentación y servicios, en el cual estaremos orgullosos de dar la bienvenida a todos nuestros participantes y visitantes con nuestros vitales cincuenta años.

Programa preliminar de actividades

Miércoles 17 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 18 de Septiembre

- Acreditaciones: 8 a 18 hs.
- Exposición Comercial: 11 a 19 hs.
- ACTO INAUGURAL: 11 horas
- Reunión: TEPAL – Junta Directiva (por invitación) – 17.30 hs
- Reunión: Comisión Directiva
- CAPPSPA - 13.30 hs
- Conferencias Académicas
- Workshops Técnicos
- Conferencia CAPPSPA

Viernes 19 de Septiembre

- Acreditaciones: 8 a 17 hs.
- Exposición Comercial: 11 a 18 hs.
- Conferencia SCTE.
- (Society of Cable Telecommunications Engineers – USA)
- Conferencia Distrito Audiovisual Ciudad de Buenos Aires
- (para productores de programas audiovisuales)

JORNADAS INTERNACIONALES 2014

17, 18 y 19 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 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



capped

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



Cincuenta años de presencia y esfuerzo

Desde hace varias notas venimos recordando que este año se cumplen los cincuenta años del comienzo de la televisión por Cable en nuestro país. Esta industria sin chimeneas que comenzó sin certezas, tal vez sin otro objetivo claro que llevar la televisión a los recónditos lugares de nuestro país, allí donde el Estado no estuvo presente y en muchos casos aún no lo está.

El sino de nacimiento, de génesis, ser un constante puente al futuro y una herramienta de integración nacional, se sostiene a lo largo de nuestra historia, como muestra de coherencia y perseverancia. Llevamos primero los contenidos básicos, luego creamos los contenidos locales, con el tiempo fuimos quienes ampliamos el pluralismo y la posibilidad de expresión en cada localidad, hoy somos los democratizadores de la banda ancha y el acceso a la sociedad del conocimiento.

Igualamos las posibilidades de todos los argentinos, vivan donde vivan, y con nuestros hechos mostramos y demostramos que no somos sólo un negocio, somos parte de la nación y tenemos atada nuestra historia y nuestras

inversiones a esta tierra.

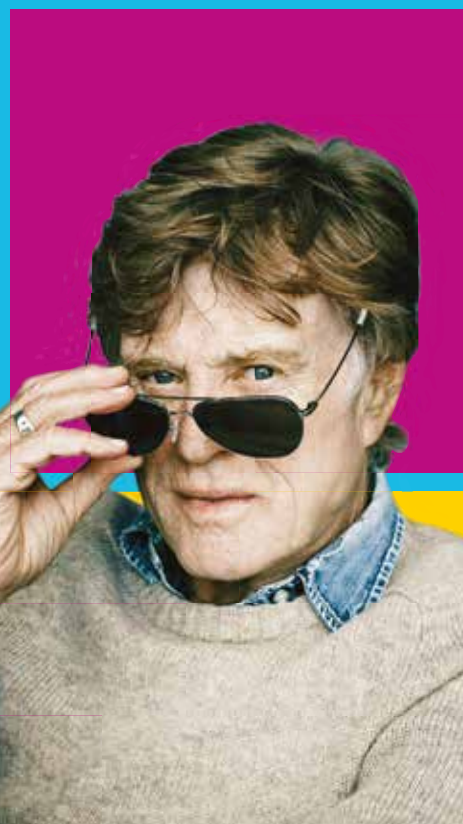
Nacimos sin prebendas ni beneficios, invertimos a riesgo, apostamos al futuro y, aún en los momentos más críticos de nuestro país, estuvimos presentes y solidarios. Hospitales, colegios, ONGs, cuentan con nuestros servicios en forma solidaria. Los pueblos se expresan, comunican y expanden al mundo desde nuestras redes. Los chicos estudian por medio de la banda ancha que llevamos a todas las localidades.

Los pioneros de esta industria, cuya mayoría ya no está, hinchan el pecho de orgullo mirándonos desde la memoria histórica porque no abandonamos en ningún momento sus banderas, su tradición, su compromiso.

De doscientos cuatro años que tiene nuestra patria, casi un cuarto estuvimos presente, con empuje, aporte y valentía.

Celebremos nuestras bodas de oro con nuestro suelo y renovamos en este aniversario nuestro compromiso: aportar para un país mejor, dar oportunidad de expresión, abrir el pluralismo a todas las ideas, crecer, crecer y crecer.

Cincuenta años firmes, cincuenta años haciendo futuro.



LÚCIDA

APASIONADA

PROVOCADORA

sundance
CHANNEL

PELÍCULAS

SERIES

FESTIVALES Y EVENTOS

GUSTAVO LÓPEZ | AFILIADOS BRASIL, CENTROAMÉRICA Y MÉXICO

E: GUSTAVO.LOPEZ@AMCNETWORKS.COM

TEL: +1 305 648 5229 CEL: +1 305 615 0122

MAURO PAEZ-PUMAR | AFILIADOS AMÉRICA DEL SUR (CON EXCEPCIÓN BRASIL) Y CARIBE

E: MPAEZPUMAR@CHELLOLATINAMERICA.COM

TEL: +1 305 648 5242 CEL: +1 404 374 1889

www.sundancechannel.la



SundanceLA

Jornada de Capacitación audiovisual en Rosario



CON UNA GRAN AFLUENCIA DE PARTICIPANTES DE DISTINTAS PROVINCIAS, SE LLEVÓ A CABO ESTA ACTIVIDAD ORGANIZADA EN CONJUNTO POR ATVC Y EL DISTRITO AUDIOVISUAL DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES.



El 22 de Mayo pasado se realizó en la ciudad de Rosario la "Jornada de Capacitación Audiovisual", organizada conjuntamente por ATVC y el Distrito Audiovisual de la Ciudad de Buenos Aires y auspiciada por las Asociaciones Provinciales de TV por Cable de Córdoba, Entre Ríos y Santa Fe.

Esta Jornada fue pensada a partir de necesidades específicas del sector y tuvo por objetivo brindar herramientas para la profesionalización y el desarrollo de quienes producen programas para la TV por Cable. La numerosa y entusiasta participación de productores de videos de empresas de TV por Cable de Santa Fe, Entre Ríos, Chaco, Jujuy, San Luis, Córdoba y Santiago del Estero, como así también estudiantes de carreras afines, demostró a los organizadores el ansia de aprender y de intercambiar experiencias sobre la producción de videos, por lo que la Jornada resultó sumamente positiva para todos.

En la apertura, el Presidente de ATVC, Walter Burzaco, y el Presidente de la Asociación Santafesina, Héctor Delloni, dieron la bienvenida a los asistentes y destacaron la importancia que tiene para la industria de la TV por Cable la capacitación de quienes

producen videos y la voluntad de las instituciones de continuar brindando estas oportunidades.

Las dos especialistas invitadas brindaron con generosidad sus conocimientos y transmitieron experiencias que fueron de gran utilidad para los asistentes. Cecilia Chiappano es una reconocida publicitaria especializada en marketing para cine y televisión con dieciséis años de experiencia en medios y entretenimiento. Actualmente es responsable de la gestión de prensa y actividades promocionales de todas las películas de los estudios Sony Pictures y Universal Pictures, y ha producido y liderado importantes eventos de nivel internacional.

En Rosario, Cecilia presentó el tema "Marketing Audiovisual", que abarcó los siguientes puntos: *¿De qué hablamos cuando hablamos de marketing?; Las etapas de promoción: del proyecto al producto en la pantalla; Pitching: qué se necesita saber para hacer una presentación efectiva; Autogestión de Marketing: explotando todos los recursos disponibles; Herramientas de comunicación de bajo costo: exposición online, redes sociales y networking; Relaciones con la prensa: la importancia de estar en los medios; Alianzas estratégicas para la co-promoción de un proyecto/producto.*

Por su parte, Valeria Benún presentó el tema "Producción de TV", que incluyó los temas: *Rol del productor en función del género audiovisual. Variables de producción: tiempo, presupuesto y equipo; La producción y el trabajo con otras áreas: dirección, técnica, fotografía, sonido, arte, vestuario, maquillaje, peinado,*



administración y postproducción; Desglose, plan de producción y plan de rodaje. Género y formato. Compra y venta de formatos en ferias internacionales; Producción 360°. La Biblia. El elemento.

Valeria hace diecinueve años que se dedica a la televisión habiendo transitado todas las áreas: producción, contenidos, guión y dirección. Trabajó en servicios de producción internacional compartiendo su expertise con más de veinte productoras de diferentes países del mundo. Fue productora en numerosos éxitos como "Agrandaditos" y "Expedición Robinson" (emitidos por Canal 13). Actualmente se encuentra trabajando para Disney Channel, en el programa "The Umix Show", para Latinoamérica y Brasil.

Respondiendo a las expectativas generadas en la Jornada de Rosario, ATVC y el Distrito Audiovisual organizarán una nueva Jornada de Capacitación Audiovisual en el marco de las Jornadas Internacionales 2014, que se realizarán en el hotel Hilton Buenos Aires del 17 al 19 de septiembre, para beneficio de todos los productores de programas de Argentina y América Latina que asistan a la convención.



Aproveche de Nuestro
Diseño, Ingeniería y
Capacidad de Fabricación.
www.perfect-vision.com

Distribuya nuestra
línea de productos.



Joel Quinones
Director International Sales - Latin America
Joel.Quinones@perfect-vision.com
+1.501.251.5967

Alex Robles
Inside Sales - International
Alex.Robles@perfect-vision.com
+1.501.955.0032

Horacio Orozco
Territory Manager - Brazil
Horacio.Orozco@perfect-vision.com
+55.11.98978.7114

Danilo Dasilva
Office Manager - Brazil
Danilo.Dasilva@perfect-vision.com
+55.11.4564.9522
+55.11.99113.4727

Fabian Meza
Territory Manager - South America
Fabian.Meza@perfect-vision.com
+54.9.3794.28.8020

Gerardo Zamorano
Territory Manager - Mexico
Gerardo.zamorano@perfect-vision.com
+52.1.55.19496971

CERTAL continúa bregando por la libertad de expresión

LA ENTIDAD LLEVÓ A CABO EN WASHINGTON DC UNA NUEVA CONFERENCIA CON LA PRESENCIA DE IMPORTANTES PERSONALIDADES E INSTITUCIONES. SE ANALIZÓ LA SITUACIÓN EN AMÉRICA LATINA.

El Centro de Estudios para el Desarrollo de las Telecomunicaciones y el Acceso a la Sociedad de la Información de América Latina—CERTAL, volvió a generar un impacto internacional con su conferencia “*Los Nuevos Desafíos para la Libertad de Expresión en América Latina*”, donde se resaltaron temáticas con miras a promover y proteger la libertad de prensa como un derecho inalienable de todos los ciudadanos de este continente.

En esta ocasión, y junto con el auspicio de la organización Freedom House, basada en Washington DC, el canal de noticias colombiano NTN24, la Revista Plan V de Ecuador y el Center for Investigative Journalism in The Americas, y con la vasta presencia de cadenas y medios internacionales como el Washington Post y El País, además de políticos, organizaciones no gubernamentales y representantes de la Justicia, CERTAL presentó su tercera conferencia dentro de los Estados Unidos en el Rayburn House Office Building de Capitol Hill el pasado 11 de julio. En las mesas, destacados panelistas analizaron y vertieron su opinión acerca de los acontecimientos y situaciones que viven las sociedades latinoamericanas en referencia a los estándares de libertad de prensa y expresión de cada país y alertaron sobre el peligroso crecimiento de las violaciones en la región.

El evento comenzó con la intervención de Pablo Scotellaro, Presidente Ejecutivo de CERTAL, quien dijo que “*la libertad de expresión, lejos de ser un principio de índole ideológico, es un principio universal, independiente de cualquier color o tendencia política, y que debería ser respetado por cualquier gobierno democrático*”. Al concluir, Scotellaro dijo que sería muy importante que “*la Relatoría para la Libertad de Expresión de la ONU y el próximo nuevo Relator, tengan presente escuchar todas las voces y buscar los mejores caminos de interacción para atacar el problema*”.

Luego, la Directora del proyecto Libertad de Prensa de Freedom House, Karin Deutsch Karlekar, realizó un repaso sobre la evolución en el estado de la libertad de prensa en cada uno de los países de la región. Durante su presentación, resaltó que “*Cuba y Venezuela continúan siendo los países peor ubicados en la región, y que Ecuador continúa en el camino negativo luego de la sanción de una ley de comunicaciones que regula los contenidos*



que los medios pueden o no publicar”. Sobre Argentina, la Directora de Freedom House dijo que “*es preocupante el alto nivel de polarización existente, y los permanentes ataques contra medios y periodistas, particularmente contra los medios opositores*”.

Bobby Herman, Vicepresidente para los Programas Regionales de Freedom House fue mucho más allá, y dijo que “*nos reunimos en un momento en que la libertad de*

expresión y la libertad de prensa están bajo asalto en varios países de América Latina. Los activistas y periodistas por igual están en riesgo, ya que los gobiernos autoritarios e incluso nominalmente democráticos, así como actores no estatales -carteles de la droga o intereses comerciales corruptos- tratan de cerrar el espacio político, silenciar la disidencia y la libre circulación de información e ideas”. Herman también señaló que se promulgan “*leyes restrictivas diseñadas para intimidar a los defensores de las sociedades abiertas*”, y que persiguen “*diversas estrategias para el control de los medios de comunicación impresos y electrónicos, y para evitar que la información independiente y objetiva robustezca el debate público*”. El VP de Freedom House también aseveró que “*algunos de estos gobiernos recurren a medios económicos para castigar o diezmar a los medios independientes. Desde la compra de medios de comunicación en Venezuela, multas e impuestos aplastantes en Ecuador, a la preocupante ley de telecomunicaciones de México; los gobiernos están tratando de ejercer un amplio control sobre el sector*”. Según Herman, el resultado es que los ciudadanos de toda la región, y en particular las de las zonas de bajos ingresos que dependen de los medios tradicionales, “*tienen poco acceso a la información sobre los acontecimientos y decisiones que afectan a sus comunidades*”.

Antes de finalizar su discurso, Herman fue más crítico, aseverando que “*las instituciones débiles y la falta de un poder judicial independiente exacerban el problema. La impunidad generalizada deja a los periodistas, blogueros y defensores de la libertad de expresión vulnerables a los ataques impunes. En los casos de Ecuador, Argentina y Venezuela, la persecución judicial es el medio preferido para castigar a quienes critican al gobierno en la prensa*”, afirmó. Y concluyó que en toda la región, valientes activistas y periodistas intrépidos “*están desafiando a los gobiernos y los actores no estatales decididos a aplastar la disidencia. Ellos necesitan el apoyo de la comunidad internacional para resistir estas tendencias peligrosas*”.

HBO

LATIN AMERICA
GROUP™



DONDE TODO COMIENZA

HBO

HBO2

HBO
Family

HBO
SIGNATURE

HBO
plus

HBOOD
ON DEMAND

HBOGO

max

maxPRIME

cinemax

H
HISTORY

H
HISTORY
ON DEMAND

H
HISTORY
HD

2

E

E
ON DEMAND

WB

WB

AXN

AXN
HD

A&E

A&E
HD

A&E
ON DEMAND

S

S
HD

S
ON DEMAND

Lifetime



Festejo y buenas noticias

DISCOVERY HIZO UN REPASO DE LO ACTUADO EN EL ÚLTIMO PERÍODO, DONDE OBTUVO RESULTADOS MÁS QUE ALENTADORES. ADEMÁS, CELEBRÓ SUS 20 AÑOS DE PRESENCIA EN LA REGIÓN.

Para comentar la labor reciente y resultados de Discovery en Latinoamérica, la compañía organizó una rueda de prensa en sus nuevas oficinas de Buenos Aires. La anfitriona fue Carolina Lightcap, Head of Content del portafolio de 11 señales de DLA/USH, quien destacó en primer lugar los ratings obtenidos: *"El continuo crecimiento de nuestros ratings a lo largo de este año y medio reafirma que estamos en el camino correcto y que identificamos las preferencias de nuestros seguidores en cada mercado, pudiendo satisfacer las mismas a través de programación de calidad única"*.

Consultada acerca de cómo llegaron a esos resultados, la ejecutiva relató que se llevaron a cabo diversos estudios de mercado, cuantitativos y cualitativos, para saber el estado de cada marca y qué se necesitaba. *"Pusimos mucho el acento en Brasil, y obtuvimos excelentes resultados"*, afirmó.

En cuanto al secreto de cómo manejar la enorme biblioteca que posee el grupo, expresó: *"Tenemos un portafolio muy grande y hay que estar muy atento para saber dónde es mejor que salga cada contenido"*. Además, destacó que, gracias a la cantidad de feeds, pueden acomodar los horarios, ciclos y programas especiales de acuerdo a la preferencia de cada audiencia: *"El mercado requiere una artesanía local mucho más precisa. La época de la grilla panregional ya pasó"*.



Carolina Lightcap

Rating histórico

Después de anunciar los ratings de mayor audiencia en su historia para el 2013 y luego en el primer trimestre del 2014, hoy los canales de Discovery superan esos récords también en el segundo trimestre del año, con un crecimiento de su audiencia del 18% en horario estelar entre personas de 25-54 años.

Discovery Channel: el canal insignia de DLA/USH, continúa creciendo sus ratings a nivel panregional entre el público masculino de 25-54 años, esta vez en un 6% versus mismo trimestre del año anterior. En los territorios con mayor peso el crecimiento fue de 63% (Brasil), 16% (Argentina) y 9% (México) en los principales segmentos.

Discovery Home & Health: el canal líder de estilo de vida de mujeres, Discovery Home & Health, continúa obteniendo crecimientos de audiencia impresionantes, esta vez de un 43% respecto del año anterior a nivel panregional durante el prime time.

Discovery Kids: continúa como la principal señal para niños en edad preescolar a nivel panregional entre niños de 4-11 años, manteniendo también su liderazgo como la señal de TV Paga #1 entre mujeres de 25-49 años de edad por cuarto trimestre consecutivo.

Investigation Discovery: obtuvo un crecimiento de 30% a nivel panregional y de más de un 30% en mercados claves tales como México, Brasil y Colombia entre adultos de 25 a 54 años.

Animal Planet: experimentó un crecimiento en ratings panregional de un 33% versus el mismo período del año anterior, habiendo duplicado su rating en Brasil.



Enrique Martínez, Presidente y Director de Discovery Networks Latin America - U.S. Hispanic

de julio reunió en el salón Tattersall a más de 1.500 representantes de marcas, agencias de publicidad y agencias de medios, entre otros. El encuentro fue conducido por el modelo y conductor argentino Iván de Pineda, quien presentó a los talentos: BuddyValastro (figura de Cake Boss y El desafío de Budden Discovery Home & Health) y a Dave Salmoni (presentador de Islas mortales por Discovery Channel).

La compañía anunció además que sus señales han superado los ratings más altos de su historia durante el segundo trimestre de este año, marcando un crecimiento de su audiencia del 18% en el horario estelar entre personas de 25-54 años, según la medidora Ibope. Al respecto, Carolina Lightcap, responsable de Contenido de NetworksLatinAmerica/U.S. Hispanic y gerente general para Cono sur, mencionó que el crecimiento en rating para Discovery Channel, Discovery Home & Health, Discovery Kids, Investigation Discovery y Animal Planet, indica que *"existe un gran afianzamiento en la región, por lo que seguiremos apostando a incrementar estos óptimos resultados"*, concluyó la ejecutiva.



Sergio Canavese Director Regional de Discovery Networks Latin America - US Hispanic

Siguen los festejos por el 20º aniversario

Discovery Networks LatinAmerica/US Hispanic continúa con los festejos en la región conmemorando sus primeros 20 años en el mercado. Esta vez, el lugar elegido fue la Ciudad de Buenos Aires, donde el pasado jueves 17





Desde 1988 Argentores apoya
el desarrollo de la televisión por
cable en la República Argentina



Sin autor no hay obra



Reafirmando la defensa de los
derechos autorales ante el desafío
de las nuevas plataformas tecnológicas



argentores

Sociedad General de Autores de la Argentina

El desembarco de Lifetime y H2



DESDE JULIO, AMBAS SEÑALES SE PUEDEN VER EN AMÉRICA LATINA. LA PRIMERA, ORIENTADA A LA MUJER. LA SEGUNDA, UN COMPLEMENTO IDEAL DE HISTORY.



Desde el pasado 1 de Julio una nueva señal se encuentra disponible para el público de América Latina. Se trata de Lifetime, canal líder en los Estados Unidos desde hace 30 años, orientado principalmente a las mujeres de 18 a 49 años con nivel socioeconómico ABC, que llega a nuestra región de la mano de la sociedad entre A+E Networks Latin America y Sony Pictures Television, y es distribuida entre los afiliados de la región Latinoamericana y Brasil por HBO Latin America Group.

Lifetime es una señal orientada a la mujer que viene cosechando éxitos desde su lanzamiento en los Estados Unidos hace treinta años. Hace tres años fue adquirida por A+E Networks, quienes se plantearon apuntar a un target más joven y apelar su costado emocional y a sus "valores universales", logrando incrementar los niveles de audiencia.

La nueva señal ya se encuentra disponible en las plataformas de TV paga de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú y Venezuela, y cuenta con una base -nada despreciable-, de 25 millones de abonados, ya que ocupa el lugar en la grilla dejado por Sony Spin. Según comentó Eddy Ruiz, Presidente y Gerente general de A+E Networks Latin America, quien también asume como gerente general de Lifetime, en rueda de prensa para medios especializados, "la negociación se realizó a través de HBO con cada operador, que hizo un excelente

trabajo permitiendo partir con un número tan importante de abonados. Si bien se aprovecha el espacio, el contenido de la señal no está relacionado con la saliente". Por otra parte, agregó que el canal llegará a México una vez concluido el proceso de transición con este país, y apunta a alcanzar el 70% de penetración para el 2015. Si bien, y eso no está en discusión, las mujeres constituyen su público principal de Lifetime, también es cierto que apunta a un público mixto, "La audiencia target sería un 70%, 30%. Viene a complementar a History que es lo opuesto, con un porcentaje de 70% hombres, 30%", expresó Ruiz.



Eduardo Ruiz

También llega H2

Bajo el lema "H2 es más historia", la cadena de TV paga A+E Networks Latin America, expandió su señal activa en el mercado mexicano, logrando alcanzar distribución a nivel nacional, y a partir del 1 de julio se lanzó en el resto de América Latina, llegando a 25 millones de suscriptores.

H2 fue creada pensando en un tipo de público que toma la información como entretenimiento y que está ávido de conocer y comprender más sobre los eventos del pasado que han marcado el presente y futuro de la humanidad. Es

una extensión natural de History Channel, con más información, enfocada en eventos en lugar de personajes, y asignando más exposición a programas que en el otro canal se dan más brevemente.

La oferta de H2 combina programación exclusiva con producciones originales para Latinoamérica, sobre temas de la historia antigua y moderna, ciencia,

tecnología así como materia militar. Son cientos de horas de programación de estreno, dobladas al español, gracias al respaldo del catálogo de programación de A+E Networks, que busca satisfacer una continua demanda de contenidos históricos en la TV paga, apoyados por la más avanzada tecnología en animación computarizada.

"Con satisfacción confirmamos el lanzamiento de H2 en toda la región de América Latina, dado el indiscutible liderazgo de History, la necesidad de más contenido histórico y nuestra importante inversión en producción original. H2 vendrá a reforzar y solidificar la plataforma de contenidos multimedia de nuestras reconocidas marcas internacionalmente, ofreciéndole más valor a nuestros televidentes, afiliados y socios de publicidad", señaló Eddy Ruiz en referencia a este canal.



quanna.tv



MILES DE SEÑALES DE TODO EL MUNDO EN VIVO, EN UN SOLO LUGAR.

FULL HD

Sea parte de la única plataforma de entretenimiento en vivo por Internet.



**Encuentro Regional
de Telecomunicaciones
ROSARIO 2014**
Ries Tower Hotel Spa & Convention Center

**02 y 03
JULIO**
Stand N° 10



Asociación Argentina
de Televisión por Cable
17, 18, 19 Septiembre
Stand N° 63



29, 30, 31 Octubre
Stand G-20

www.quanna.tv / info@quanna.tv / Tel.: 4381-3187 /quannatv @QuannaTv @QUANNA_TV

Los logos de los canales y eventos son de caracter ilustrativo y no representan publicidad real de la marca o producto

Valor agregado para mejorar el negocio de los canales Premium

HBO CULMINÓ LA MIGRACIÓN TECNOLÓGICA PARA PODER OFRECER SUS SEÑALES EN ALTA DEFINICIÓN A TODOS LOS OPERADORES QUE ASÍ LO REQUIERAN.

Hace algunos años el HBO Latin American Group se trazó la meta de ofrecer la totalidad de sus canales en HD y de acompañar tanto la tendencia surgida en los países desarrollados del VOD, como la de la de ofrecer programación por fuera del medio tradicional, la TV. *"Para nosotros es importante poder ofrecerle a nuestras distribuciones todas las opciones acordes a las nuevas tecnologías. Ya hemos concluido con el proceso de migración tecnológica de las cajas. Nuestros canales Premium están disponibles en alta definición y, obviamente, en estándar digital para los operadores que aún no puedan ofrecer alta definición. Por otra parte el On Demand y el TV Everywhere, que en nuestro caso es el HBO GO y que permite acceder a la programación desde devices fuera del hogar, son valores agregados que hemos diseñado como herramientas para mejorar el negocio de los canales premium"*, manifestó Francisco Smith, Vicepresidente Corporativo Senior de Ventas y Marketing de HBO Latin America Group. Otro de los ejes de crecimiento y diferenciación del grupo en lo que al mundo de canales Premium se refiere está directamente ligado a su oferta de programación: *"Seguimos enfoca-*



Francisco Smith

dos en el camino de las producciones originales con nuestros socios de Estados Unidos, tanto con las series que ellos producen allá como el éxito mundial que es Game of Thrones, como con series de producción local como Sr. Ávila y El Negocio", comentó Smith. El ejecutivo remarcó con entusiasmo el servicio HBO GO: *"Le ofrecemos al suscriptor la posibilidad de disfrutar de toda la producción que se ha realizado históricamente del contenido de HBO en Estados Unidos, internacional y en América Latina y Brasil"*.

Consultado sobre la situación argentina, el entrevistado explicó: *"En Argentina se está haciendo un esfuerzo importante en cuanto a digitalizar las redes para poder competir de manera más efectiva. Argentina sigue siendo al país con más penetración de hogares de TV paga en la región, pero necesita una gran inversión en tecnología para poder afrontar la competencia en mejores condiciones. Los cableoperadores tienen otra ventaja: pueden ofrecer la parte de internet y/o telefonía, pero tienen que evolucionar para poder cubrir las demandas de video del consumidor que va comprando aparatos más nuevos, con capacidad de recibir alta definición y soportar nuevas aplicaciones"*.

HBO Go ya se puede disfrutar en la Xbox



HBO Latin America anunció que ahora sus fans con cuentas de Xbox Live podrán acceder a la plataforma de entretenimiento Premium HBO Go desde su aplicación en Xbox 360. El servicio estará disponible a partir de hoy, inicialmente para suscriptores al paquete HBO MAX con los operadores que ya ofrecen HBO GO en Argentina, Brasil, Colombia, Chile y México. *"Estamos muy entusiasmados de estar lan-*

zando HBO Go en Xbox 360, lo que marca otro hito en el desarrollo de la plataforma este año, ofreciendo a nuestros suscriptores una manera más de poder disfrutar la excelente programación que ofrece HBO, donde quieran y cuando quieran", comentó Dionne Bermudez, Vicepresidenta de Distribución Digital de HBO Latin America. *"HBO Go ha demostrado un crecimiento sostenido entre nuestros suscriptores y afiliados, creando un ecosistema de entretenimiento completo*

donde los fans pueden emocionarse y vivir cada segundo de nuestras mejores producciones en múltiples plataformas", agregó. HBO Go es la plataforma de entretenimiento Premium de HBO a través de la cual los suscriptores del paquete HBO MAX pueden disfrutar de 2000 títulos del mejor contenido del canal cuando quieran, ya sea desde sus computadoras, dispositivos móviles con iOS y ahora Xbox 360.



100% FREE

 facebook.com/GolTVLatAm

www.goltvlat.com

 twitter.com/goltvlatam

Telefe afianza su estrategia multiplataforma

LA EMPRESA REALIZÓ EL LANZAMIENTO DE UNA APP ÚNICA Y PRESENTÓ MÁS CONTENIDOS INTERACTIVOS PARA SU AUDIENCIA.

Telefe dio a conocer recientemente sus próximos proyectos multiplataforma. La tendencia de la audiencia hacia el consumo audiovisual a través de múltiples plataformas y el creciente uso de las redes sociales desafían a todos los medios, y la compañía ha sabido capitalizar esta tendencia y ha marcado un nuevo rumbo en el consumo de contenidos, sumergiéndose con convicción en el mundo digital. La primera temporada de "Aliados", el primer proyecto íntegramente multiplataforma (aire, web, APP, juego, música, redes sociales) fue el puntapié inicial combinando la pantalla tradicional con web. En este 2014, Telefe redobla la apuesta con Aliados y va más allá desarrollando "Aislados", una manera interactiva de visualizar contenidos exclusivamente web. En "Aislados" es la propia audiencia, -utilizando un hashtag de Twitter definido por episodio- la que, al alcanzar una determinada cantidad de tuits, va liberando nuevos capítulos. A medida que los usuarios



participan de la experiencia tienen presencia en el sitio (donde se muestra su avatar), haciendo también que los usuarios sean protagonistas en la web. Aislados está grabado en HD con calidad televisiva. Continuando con la experiencia multipantalla, Telefe lanza la APP de "Aliados" y de "La nave de Marley". Gracias al éxito de las mismas, Telefe lanzará en el próximo semestre, una APP única. La misma tiene por objetivo incrementar la fidelidad de los usuarios, evitar descargar APPs por programas, aumentar la oferta de contenidos y ofrecer la misma usabilidad para

toda la programación. Los contenidos de la misma estarán vinculados a la pantalla y permitirá generar un vínculo interactivo y personalizado con el público, para incrementar de este modo el valor a los anunciantes, que encontrarán en ella múltiples y novedosos formatos comerciales.

La APP permitirá a los usuarios ver la programación de Telefe en vivo, contará con un detalle de los programas y contenidos por categoría, contenido Premium y UGC (contenidos generados por los usuarios), entre otras cosas.

Por último, y continuando por el camino que se inició en Aliados, Telefe presentó sus dos nuevos proyectos multiplataforma, "Quiero tener un millón de amigos", el primer reality interactivo, y para el 2015 "Rising Star", el talent show que revolucionará las redes sociales.

Telefe continúa posicionando su estrategia multiplataforma; no sólo la pantalla de TV está conectada, sino todos los dispositivos.

Sun Channel impulsa su señal HD

Sun Channel continúa dando a conocer sus novedades. La señal venezolana de Travel & Leisure no sólo presentó la tercera temporada de su programa de noticias de entrenamiento y turismo de todo el mundo, Sun News, sino que asistió a la Canitec con el objetivo principal de aumentar la penetración de su Canal HD en el territorio Azteca.

"Sun Channel SD y Sun Channel HD tienen programación similar pero hay diferencias, no son canales espejo", comentó Jorge Meza, Coordinador de Distribución, y agregó: "En el Cono Sur está gustando mucho nuestra señal HD, muchas empresas y cableoperadores ya lo tienen en su grilla. Vinimos aquí a Canitec para penetrar el mercado mexicano Sun Channel HD".

También remarcó que la señal tiene una programación variada, que incluye películas, moda, estilo de vida, tendencias: "Una programación muy fresca", precisó. La señal SD ya está en territorio mexicano a través de Megacable, entre otros. La idea de la compañía es seguir ofreciendo esta señal a aquellos operadores que aún no posean la tecnología para HD, pero que a la vez los opera-



Jorge Meza y Jennifer Betancourt

dores que sí cuentan con ella sigan con la señal SD además de agregar la opción de Sun Channel HD, ya que ambos canales tienen diferentes programaciones. "Sun Channel SD está más orientada al turismo y la versión HD tiene programación más enfocada al entretenimiento y más variedad", señaló Meza.

En cuanto a Canitec 2014, manifestó que prefirió la feria en DF ya que los operadores pueden llegar a la capital azteca con mayor facilidad, y que recibió comentarios por parte de algunos operadores acerca de que se les hace costoso acercarse a Acapulco. "De todas formas hemos podido realizar reuniones muy importantes aquí, ya entramos en Cablevisión Monterrey, y estamos pasando una cabecera en Cablemas. Por otra parte, tenemos una relación de muchos años con Megacable, la cual seguimos afianzando y reuniones con el resto de los operadores", concluyó el ejecutivo, quien adelantó que es muy probable que puedan dar una gran noticia en el transcurso de Jornadas de Cable el próximo septiembre en la ciudad de Buenos Aires.





**PREPÁRATE PARA LO INESPERADO.
DESCUBRE LOS SECRETOS NO REVELADOS.
¡APRECIA EL MUNDO DEL DEPORTE COMO NUNCA ANTES LO HABÍAS VISTO!**

Entrevistas exclusivas de celebridades, revistas, reality TV shows, perfiles ...
¡TRACE Sport Stars es el canal de entretenimiento # 1 para los amantes del deporte y las celebridades!



Contacto de ventas afiliados: Maricela Hernández Díaz
Email: Maricela.Hernandez@alternatv.us
Tel.: + 1 786 609 9619 / 786 797 1684

WWW.TRACE.TV



Canal SD 319
Canal HD 1319



Canal SD 122
Canal HD 251



Canal 224



Canal HD 926



Canal HD 1157



Una solución para ingresar en la nueva era

BOLD MMS ESTÁ A LA VANGUARDIA EN LO QUE RESPECTA A SOLUCIONES PARA QUE LOS CABLES PUEDAN LLEGAR A SU AUDIENCIA A TRAVÉS DE TODAS LAS PLATAFORMAS.



En un escenario donde los operadores necesitan incorporar tecnología para adaptarse a las nuevas demandas, la empresa Bold MMS ofrece diversas soluciones en ese sentido. Revista ATVC dialogó con su gerente Comercial, Ariel Droyeski, para conocer detalles de su propuesta.

- ¿Qué condiciones del mercado generaron la aparición de un integrador de soluciones como Bold MMS?

- Varios factores, para empezar el streaming y los nuevos hábitos de consumos de contenidos mediante nuevas tecnologías. Por otro lado hay un desencadenante en la necesidad de los operadores tradicionales de redes cerradas que enfrentan la competencia de productos y servicios dirigidos a sus clientes sobre redes abiertas. Por último, lograr adaptarse a estos factores de nuevos hábitos, nuevas tecnologías y nuevos competidores con servicios que hoy todos los abonados demandan como el VOD, OTT y TV Everywhere, requiere involucrarse con complejos desarrollos de integración de plataformas híbridas. Este tipo de desarrollos requieren de encadenar múltiples proveedores de dos universos distintos como son el broadcasting y el IP. Es allí donde Bold ofrece una solución completa end to end a todo este proceso.

- ¿Cuáles son los productos y servicios que ofrece la compañía a los sistemas de cable?

- Bold cuenta con un catálogo de múltiples soluciones, tanto de desarrollo propio como de partners estratégicos. Brindamos hardware, software y asesorías para digitalizaciones e integraciones híbridas. Por ende, para cada componente necesario de ese tipo de proyec-



Ariel Droyeski

tos tenemos un producto. Y en lo que somos líderes y únicos oferentes en el mercado es en el despliegue de plataformas híbridas en formato end to end para el cableoperador.

- ¿Cuál debe ser la prioridad para los cableoperadores en la etapa actual para mantener y ampliar su base de clientes, y potenciar la facturación a cada uno, en medio de la proliferación de distintas plataformas y modalidades en las cuales los contenidos llegan a los consumidores?

- Los cableoperadores deben comenzar a ofrecer de forma inmediata productos que hoy le llegan a sus abonados por banda ancha de parte de prestadores que no necesitan licencia. Es impensable un servicio de cable que no cuente con productos como los que antes mencionamos, el VOD, OTT y TV Everywhere junto con una amplia variedad de prestaciones que por demanda o actual oferta se pueden brindar. La opción Bold y el despliegue de nuestra propuesta tienen las características necesarias para ponerlo en posición de liderazgo frente a sus

competidores y clientes. Tradicionalmente los operadores blindaron su negocio bajo el esquema de la territorialidad y las licencias. La internet y el streaming están logrando derribar esta barrera. El próximo paso es una competencia más franca en donde hoy es primordial actualizar la oferta al abonado. Desde Bold tenemos listas las herramientas para esta actualización. Nuestra propuesta es de alta prestación, fácil operación, bajo costo y rápido desarrollo.

- ¿Cuál es actualmente la demanda que reciben los operadores de sus suscriptores?

- Para empezar los suscriptores quieren sí o sí el cine en casa, y en HD. Son públicos los números de éxito de las plataformas que se dedican a eso. Teniendo una opción para esta demanda como lo es la plataforma BOLD creo que resulta obvio la sugerencia del caso. Lo otro es ofrecerle servicios conexos que lo fidelicen, lo retengan y le permitan utilizar todas las posibilidades de los equipos domésticos de los que dispone. Por último, capitalizar el valor del servicio de Banda Ancha al Hogar, objetivos con los que también cumplen nuestras plataformas.

- ¿Cuáles son los países más avanzados en Latinoamérica respecto de la adopción de nuevas tecnologías y servicios para la distribución de contenido audiovisual?

- Los que hoy crecen en servicios de banda ancha y la expansión de su capacidad. Los rankings son públicos. Creo que es más importante marcar que en los productos sobre los que conversamos han liderado los MSO de la región en cada país. Ya se ha impuesto la tendencia, es momento que los operadores del rango inmediatamente inferior y el resto se sumen. Desde Bold sabemos cómo ayudarlos a hacerlo.

SOS PARTE DE UN SINDICATO QUE CRECE



Sindicato Argentino de Televisión
Servicios Audiovisuales, Interactivos y de Datos

EL SINDICATO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Se entregaron los Premios Fund TV

La Fundación Televisión Educativa (Fund TV), institución privada sin fines de lucro creada en 1992, premió una vez más los contenidos de calidad y valor educativo que se emiten por TV. En su edición número 20, se entregaron los galardones correspondientes a la temporada 2013.



Con la conducción de Pancho Ibáñez y Teté Coustarot, el evento tuvo lugar el pasado 7 de Julio en el Plaza Hotel Buenos Aires y fue transmitido en vivo por el Canal Volver. Esta es la lista de ganadores de los Premios Fund TV 2014:

Artístico y Cultural – Productoras o emisoras: “Polifonía” / Canal Encuentro – Untref
Artístico y Cultural – Productoras pequeñas o medianas: “Cinesophia” / Conexión Educativa

Ciencia, Naturaleza y Ambiente: “Sin conservantes, Ciencia y Medio Ambiente” / Canal 10, Mar del Plata

Deportivo: “Golpe a golpe - la vida en un puño” - / TYC Sports / Buenos Aires

Documentales unitarios: Los Futuristas / Canal de la Ciudad / Buenos Aires

Documentales en serie: “En 202 km2” / Canal de la Ciudad / Buenos Aires

Educación: “Historia de la historieta Argentina”. J. Sasurain / Canal Encuentro

Entretenimiento: “Soñando por cantar” / El Trece – Artear S.A. / Buenos Aires

Espectáculo artístico: “Concierto para 4 pianos” / Films & Arts / Buenos Aires

Ficción: “En Terapia” - Segunda temporada Canal 7 – TV Pública – Dori Media Ficción diaria: “Somos familia” / Telefe / Buenos Aires
Infantil: “Código verde” / Cable Norte Televisión S.A. / Misiones
Interés General - Productoras o emisoras: “Resto del mundo” / El Trece – Artear S.A.

Interés General – Productoras pequeñas o medianas: “Fiesta y Verdi en Pasaporte” – Bazar / Cablevisión – Metro

Juvenil: “La Mamadera- un refugio generacional” / Canal 5 Rosario / Santa Fe

Noticiero Local: “En casa no me quedo” / Canal de la Ciudad / Buenos Aires

Noticiero Nacional: “Arriba argentinos” / El Trece – Artear S.A. / Buenos Aires

Periodístico de interés general: “Gracias por venir” / Telefe / Buenos Aires

Periodístico Local: “Por Bahía” / Canal 9 Bahía Blanca / Bahía Blanca

Periodístico de Opinión: “Periodismo para todos” / El Trece – Artear S.A.

Prevención: “Una vida posible” / El Trece – Artear S.A. / Buenos Aires

Promoción Humana y Social: “Abanderados de la Argentina solidaria” / El Trece – Artear S.A.

Publicidad: “Si no hacés nada sos parte” / Consejo Publicitario Argentino

Temas de Vida Cotidiana: “Vientos del Sur. Con Francis Mallman” / El Gourmet

Menciones de honor:

Ata: 55 años (Asociación de Teleradiodifusoras Argentinas)

TN: 20 años

Telenueve por la salud de todos – Noticiero Telenueve

“Volver pregunta”, Canal Volver

Reconocimiento: Dos décadas de jurado de Fund TV: M^a Teresa Mayochi, Eduardo Amadeo y Claudio Etcheberry.

Premio Signis: “La Mamadera”, Canal 5 de Rosario.

Premio a la Trayectoria: Carlitos Balá

Premio Extraordinario: “Periodismo para todos” / El Trece, Artear / Buenos Aires



PerfectVision identifica las necesidades del mercado



PerfectVision Manufacturing do Brasil se fundó en Brasil en 2012 como fabricante mundial y distribuidor de equipamiento de avanzada para la industria de las telecomunicaciones. Sus productos están diseñados y elaborados con materiales bajo los más estrictos estándares

de operación.

Dentro de un mercado emergente y prometedor, crearon las bases del trabajo mediante obtención de licencias y homologaciones de productos ante la Agencia Reguladora Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL), como así también toda su infraestructura necesaria: oficinas, bodegas, recursos contables, legales y humanos.

En 2013 iniciaron actividades comerciales a través de transacciones FOB y EXW, logrando importar y nacionalizar productos en materia de distribución de cables coaxiales, conectores de compresión, Taps y Splitters, entre otros. Entre sus perspectivas, la empresa comentó que esperan finalizar este 2014 confirmando la consolidación de sus actividades comerciales a nivel global: “Brasil sabe que, para tener los resultados deseados, no se debe actuar sólo como proveedor sino que se deben reconocer cuáles son las necesidades y carencias del mercado para introducir las mejores soluciones a medida”, concluyó.

HUSTLER TV



EL LÍDER **INDISCUTIBLE**
EN ENTRETENIMIENTO
PARA ADULTOS **DESDE 1974.**

LLEGAMOS A LATINOAMÉRICA...
¡PARA QUEDARNOS!

HUSTLER TV.
CREZCAMOS
JUNTOS.

HUSTLER LATAM.COM

PPV | VOD | SVOD | HD | MULTI-PLATAFORMA [📺 📱 🖥️]

CONTACTO: ALEX BEHRENS | TEL: +1(303) 441-0954 E-MAIL: ABEHRENS@NOOF.COM

MVS destaca rebranding de su señal ExaTV



UNO DE SUS EJECUTIVOS CUENTA LAS ÚLTIMAS NOVEDADES DE LA EMPRESA Y LOS RESULTADOS DE LA EXPANSIÓN FUERA DE MÉXICO, EN REGIONES COMO LA ZONA ANDINA Y EL CONO SUR.



Revista ATVC dialogó en Acapulco con Jaime Francisco Alcalde Orvañanos, Gerente de Mercadotecnia Internacional de MVS, uno de los conglomerados de comunicación más importantes de México, el cual cuenta con un interesante paquete de señales, con contenidos diversos y mucha producción propia.

En cuanto a las últimas novedades de la compañía, el ejecutivo destacó el rebranding de una de sus señales. Se trata de Exa TV, un canal de música orientado a los jóvenes, el cual acaba de estrenar nuevo logo y, entre los ajustes de programación, acaba de lanzar una nueva producción llamada "The Shuffle". "Aprovechamos nuestra red de sesenta estaciones de radio en Latinoamérica para estar al tanto de los gustos musicales de nuestra audiencia y llevarles a la pantalla lo que quieren ver y escuchar, con videos, especiales, conciertos y programación en vivo. Tenemos un nuevo programa que se llama The Shuffle, que está andando muy



Veronica Ealy de Efekto TV y Jaime Alcalde de MVS

bien. Por un lado, porque está abierto a las redes sociales y hay mucha interacción con el público, que es lo que a los jóvenes les gusta. Por otra parte, tiene invitados en vivo y está conducido por Ikaro Aton, un locutor de radio muy famoso, acompañado por Carolina Lao", afirmó.

En relación a la penetración de las señales de la compañía más allá del territorio mexicano, el ejecutivo de mercadotecnia

de MVS se mostró muy conforme con los resultados obtenidos en Región Andina: "En Región Andina vamos muy bien. Matilde de Boshell, de MBA Networks, es quien nos representa en la región, así que ahí estamos muy bien posicionados. Estamos muy pero muy conformes y hemos penetrado en muchísimos países". Consultado acerca de los resultados obtenidos en el Cono Sur, manifestó que es un mercado más complejo, ya que prácticamente no hay lugar en las grillas de programación. No obstante están dispuestos a seguir intentando abrir ese mercado. "La decisión de atacar la región en forma directa se tomó hace relativamente poco tiempo. Sabíamos que no iba a ser fácil, pero lo seguimos intentando y esperamos resultados más bien al mediano y largo plazo", concluyó Alcalde Orvañanos, quien agregó que seguirán participando de las ferias llevadas a cabo en dicha región, ya sea con stands o con representantes de ventas de la compañía.

Alterna TV, a la conquista de América Latina

ALTERNA' TV

Alterna TV es una compañía que representa canales hispanos en México, Estados Unidos y América Latina. Según nos comentó durante Canitec su Director de Programación, Alejandro Peñafiel, "si bien representamos una variada gama de señales -muchas de ellas orientadas a las comunidades hispanas que viven en los Estados Unidos-, aquí en esta feria estamos presentando las tres que ofrecemos en formato HD". Se trata Trace Sports Stars, dedicada a cubrir a la vida de las celebridades del mundo del deporte, sus gustos, sus pasiones. Un canal orientado a los jóvenes que quieren emular el estilo de vida de sus ídolos deportivos que fue lanzado en 2011 y ya llega a 30 millones de hogares en 105 países. Dentro de los programas más vistos de esta señal se destacan la serie original "Starated", una guía a las celebridades más escandalosas, y "Battle of the Bling", un show que enfrenta con mucho humor a las celebridades del deporte y del entretenimiento para determinar quiénes poseen los objetos más increíbles. Por otra



Alejandro Peñafiel, Darío Rivera y Felipe Montaña de Alterna TV

parte están PXTV, vinculado a todo lo relacionado con el mundo de los deportes extremos y también dirigido a las audiencias más jóvenes; e INTI Network, una señal dedicada a difundir y promover las prácticas que ayudan al bienestar personal, y cuya programación se divide en segmentos del tipo Salud, Destinos místicos, Comida San y Escuelas de pensamiento alternativas, entre otros".

Peñafiel también señaló que en los 10 años que lleva la compañía, su principal mercado ha sido la comunidad hispana de los Estados Unidos, pero que en el 2013 se decidieron a expandir la distribución, en principio de estos tres canales, a América latina. Ya

cuentan con distribución en México, y la idea es seguir asistiendo a ferias de toda la región latinoamericana para lograr penetración en todos los mercados donde les sea posible. Sin ir más lejos, estarán presentes en el próximo Tepal, a llevarse a cabo en Panamá, y muy probablemente en Jornadas de Cable 2014.



Las mejores experiencias desde Italia

Rai Italia

Rai News 24

Rai World Premium

 **allTV**
América Latina & Caribe

Ventas Afiliadas
infosales@alltvla.net
+55.11.98480.8974

Rai World

 **allTV pubblicità**
Publicidad
ventaspub@alltvla.net
+54.9.11.6567.6865

El mercado mexicano se dio cita en Acapulco

INTERROGANTES ACERCA DE LA LEY DE TELECOMUNICACIONES Y MERMA EN LA CONCURRENCIA FUERON LOS EJES QUE MARCARON LA EDICIÓN 2014 DE EXPO CANITEC, LA TRADICIONAL FERIA QUE CONGREGA A LA INDUSTRIA AZTECA DE TV POR CABLE.



En el Centro de Convenciones Expo Mundo Imperial de Acapulco, en el estado de Guerrero, se llevó a cabo una nueva edición de Expo Canitec. El evento abrió con su tradicional almuerzo. El mismo fue presidido por Alejandro Puente, máxima autoridad de Canitec, y contó con la presencia del Licenciado Gerardo Ruiz Esparza, Secretario de Comunicación y Transporte, en representación del Presidente. También se hicieron presentes el Gobernador del Estado de Guerrero, Lic. Ángel Aguirre Rivero; el Presidente del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), Gabriel Contreras Saldivar, diversas autoridades de los poderes ejecutivo y legislativo y las autoridades de las cámaras empresarias y sindicatos más representativos.

Durante su discurso, Puente se mostró confiado con el avance realizado en la industria de las telecomunicaciones mexicana y destacó, entre otras cosas, la portabilidad de números telefónicos, la ampliación de las concesiones para ofrecer servicios de telefonía a las empresas de cable, la licitación de espectro para las empresas de telefonía móvil y la licitación para la creación de nuevas cadenas de televisión. Por otra parte, destacó la importancia de la creación del Instituto Federal de Telecomunicaciones, el cual es presidido por el Lic. Gabriel Contreras Saldivar, quien también estuvo presente en el almuerzo inaugural.

No obstante, mostró cierta preocupación por los nuevos lineamientos de la Comisión Federal de Electricidad (CFE), la cual limita el acceso de los socios de Canitec a

nuevas redes, destacando que en México sólo 46 millones de personas, alrededor de un 43.5% de la población, tiene acceso a banda ancha cuando en otros países este porcentaje asciende al 70%.

Por su parte, Ruiz Esparza se refirió al espíritu de reforma del gobierno en el área de telecomunicaciones y habló del deseo de reafirmar la cobertura universal en televisión, telefonía y datos en todo el país y lograr la participación y crecimiento de los competidores en el sector de las telecomunicaciones, *"con la finalidad de que sean accesibles para todos los niveles socioeconómicos del país, brindando precios competitivos y justos"*.

Menor asistencia

Sin lugar a dudas, Expo Canitec es considerada una de las ferias claves de la industria del cable en América Latina, siendo que México es un mercado de gran tamaño. Pero si bien se trata de una cita obligada de programadores y cableoperadores, la edición 2014 confirmó una tendencia que ya se había manifestado en los últimos años: una menor cantidad de asistentes. En esta ocasión, algunos de los participantes apuntaron al costo que implica para los operadores pequeños trasladarse a Acapulco. Otros mencionaron el panorama aún indefinido en torno a la Ley de Telecomunicaciones, e incluso la cercanía al comienzo del Mundial de fútbol.

También quedó en el debe la ausencia del Presidente de la República en el acto inaugural. La presencia del primer mandatario había sido anunciada y se esperaban sus

palabras con gran ansia dada la situación de transición que vive México en relación al marco regulatorio, en tiempos donde justamente se están debatiendo las denominadas "Leyes Secundarias" de la Reforma de las Telecomunicaciones impulsada por el gobierno.

No obstante, parecería ser que los expositores, sobre todo los grandes programadores, estarían dispuestos a darle una chance a esta feria, dado que Canitec continúa siendo la cámara insignia del país en lo que a cableoperación se refiere, y México es sin dudas uno de los mercados más importantes de la región.

Algo que no ha cambiado: la convocatoria y el brillo de la noche inaugural. Televisa Networks se hizo cargo una vez más de la fiesta de bienvenida en el exclusivo local Paladium. Una noche marcada por la distensión donde tantos ejecutivos de la industria, clientes y amigos disfrutaron una increíble vista a la Bahía de Acapulco, al ritmo de la música en vivo de "Los tres tigres" y las bandas musicales "Los Fabulosos 90s" y "Los Angeles Azules". La segunda noche "siguió la fiesta", ya que FOX International Channels Latin America agasajó a sus clientes en Zibu, destacando "FOX Fight Club", la nueva franquicia de FOX Sports, que reúne las más destacadas propiedades del grupo en la región en materia de combate. En esta ocasión el perfil del evento, fiel al estilo de la compañía anfitriona, fue en un ambiente más descontracturado y enmarcado por música lounge y electrónica.

Appear TV

El Head-End Universal para Broadcast e IPTV

Cambiando el modo en que los operadores distribuyen TV

AppearTV es una empresa noruega basada en Oslo donde desarrolla y fabrica soluciones para cabeceras desde cable e IPTV, hasta multipantalla. Su diseño modular y compacto, su alta confiabilidad, y su gran variedad de módulos han hecho que AppearTV se posicione como indiscutido líder en el mundo, y particularmente en Argentina como el principal proveedor de este tipo de soluciones con más de 150 cabeceras ya instaladas.



Innovador diseño modular, robusto y compacto

AppearTV sólo diseña y fabrica su plataforma para Head-Ends. Lo hace en sus instalaciones en Oslo sin depender de terceros. Su foco en este tipo de productos se destaca, y son los operadores los primeros que lo detectan.

AppearTV es la solución que les permite reducir espacio, consumo de energía, minimizar fallas y simplificar la operación. Los equipos de AppearTV están diseñados para proteger la inversión en el largo plazo.

Por ejemplo, pasar de QAM a IPTV, o agregar servicios OTT, puede ser simplemente agregar una tarjeta o una licencia.

La plataforma AppearTV se integra fácilmente con equipos de terceros, como ser encoders o sistemas de acceso condicional. Con AppearTV el crecimiento no está comprometido, sino que más bien está asegurado.

Multiplexer - Principales Características

Chasis de 1RU ó 4RU

Encoding / Transcoding

Entradas: IP, ASI, DVB-S/S2, DVB-T/T2, DVB-C, 8VSB (cualquier combinación).

Análisis PSI/SI/PSIP

Opciones de salidas MPEG multiplexadas: IP, ASI, QAM, DVB-T/T2.

Regeneración de PSI/SI/ATSC

ProMPEG FEC para IPin e IPout

Hasta 30 DVB common interface slots

Bulk descrambler

Soporte para DVB/AES scrambling,

Nivelación de Audio

Regeneración de EPG

Módulos Hot-swap (Chasis 4RU)

Interfaz Intuitiva basada en web

Fuente de poder redundante y hot-swap

SNMP/SOAP/XML



AUDIO VIDEO SISTEMAS

Cabrera 6048
Buenos Aires
Argentina, 1414
T.: +54-11-4777-9090
avs@avsistemas.com
www.avsistemas.com

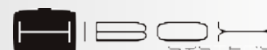
Nuestras marcas:

envivio®

Blackmagicdesign



verimatrix



G•I•G•A•S•A•T



Alejandro Cacciola, Gustavo Tonelli y Moisés Chico de Stringray



Alexa Chavarria y Víctor Tiburcio de Aliento Visión



Allan Navarrete, Ana Ma. Orozco, y Alejandra Reyes de Discovery con Jan Henschel de Cablemas



Ariel Katz, Nancy Rolón y Daniel Otaola de Telefe



Brindis por los 20 Años de Discovery



Bruce Tuchman y Ed Palluth de AMC



El staff de Pico Digital



Frederic Groll-Bourel de TV5 Monde, Mar Martínez Raposo de Atres, Sandra Chávez y Jorge Tatto de MVS, y Matilde de Boshell de MBA Networks



Gerardo Isunza, Mary Carmen Alvarez y Luis Catellanos de Eutelsat



Guillermo Alcántara y José Cedeño de Conax



Jessica Morfin Guerrero y Emanuele Harnasduz de Muhle



Juan Manuel Youshimata y Claudio Ramírez de EWTN



Lisa Spencer de Irdeto



Mar Martínez Raposo de Atres, Jorge Tatto de MVS y Matilde de Boshell de MBA Networks



Marcello Coltro de Chello Latin America



Rolando Figueroa e Ignacio Sanz de Acedo de Hola! TV



Sara Caballero y Aissa García de Telesur



Sergio Cervantes y Fernando Iturriaga de Fox



Wilfredo Rodas de PPC, Miguel Ángel García de Televisa Telecom y Orlando Moschetta de PPC



Celine Rodrigues de Eurochannel



Hernán Chiofalo de TyC Sports

Las empresas de telecomunicaciones se reunirán en Asunción Media Show 2014

CON LA PRESENCIA DE DESTACADAS FIGURAS DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL, LAS TELECOMUNICACIONES, LA RADIO, POLÍTICOS Y EMPRESARIOS DE MEDIOS, SE REALIZARÁ LA QUINTA EDICIÓN DE ASUNCIÓN MEDIA SHOW EN EL HOTEL SHERATON.



Los días 26 y 27 de agosto, el Hotel Sheraton de Asunción abrirá sus puertas a dos días de trabajo, reuniones comerciales, conferencias técnicas y políticas, workshops y foros con los mejores panelistas y analistas de la industria audiovisual y de las telecomunicaciones del Paraguay y la región.

"El mercado paraguayo de la televisión y contenidos sigue creciendo", fueron las palabras que quedaron marcadas al final del pasado Asunción Media Show. Hoy los organizadores vuelven a poner su experiencia al servicio del Paraguay los próximos 26 y 27 de agosto en el Hotel Sheraton Asunción, donde se realizará la quinta edición del esperado Asunción Media Show 2014 Summit.

Con el slogan de este año "Una nueva oportunidad, otros desafíos"; productoras, periodistas, técnicos, políticos, operadores de cable, programadores y altos ejecutivos de cadenas públicas y privadas de toda Latinoamérica acudirán a esta reconocida feria para establecer nuevos contactos comerciales, y participar en las conferencias y talleres que terminarán dejando valiosos frutos para los asistentes. Además, contarán con la participación de destacados referentes de la industria audiovisual, la radiodifusión y la política; donde también se integrará el Centro de Estudios para el Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información-CERTAL, presentando speakers internacionales y una conferencia titulada "Avances en el Combate a la Piratería".

Serán dos días de fructífero trabajo, reuniones comerciales, conferencias técnicas, workshops, foros, con los mejores panelistas y analistas de la industria para todas las temáticas

a tratar. Para todo esto el ya instalado evento anual espera a todos los visitantes en Asunción con el ya famoso y tradicional formato de "mesas de negociación" instauradas en Punta Show On-Board.



OTT: Permite a operadores de PayTV y otros, alcanzar suscriptores fuera de la frontera de sus redes, optimizando anchos de banda externos en redes cerradas.

VOD SERVER: Disponibiliza contenidos para ser entregados a demanda a través de Internet, provee la posibilidad de almacenar contenido de forma escalable.

CAS: Integrado a los sistemas de acceso condicional y de manejos de derechos de contenido Conax, CryptoGuard, Verimatrix y Playready.

STB: BOLD tiene integrada sus soluciones con algunas de los mejores fabricantes de STB, son compatibles con nuestros sistemas y han aprobado los protocolos de certificación.

MAM: Permite almacenar sus activos digitales en un servidor local así como en la nube, integrado con BOLD - CDN y otros.

MIDDLEWARE: Middleware CubiTV y CubiNet TV, distribuyen contenidos a través de IP y DVB, explotando las mejores ventajas, pudiendo trabajar en sistemas híbridos así como exclusivos IP o DVB.

DIGITALIZACIÓN BOLD-HEADEND: Desarrollada integralmente por BOLD MSS, permite digitalizar totalmente operaciones de PayTV en la región, excelente relación costo calidad cumpliendo con los más altos estándares de la industria.

MULTIPLATAFORMA:

- Windows PC
- OS Mac
- iPad
- iPhone
- iPod
- Teléfonos Android
- Tabletas Android.



CONTACTO

Mail: adroyeski@boldmss.com

clientes@boldmss.com

Mob.: +5491169421745

Dirección: Yí 1485 / Tel.: +598-2903-0382
Montevideo - Uruguay / www.boldmss.com

MEDIA PARTNERS:



Disney Channel presentó un nuevo logo y diseño de pantalla



Disney Channel Latin America lanzó el lunes 28 de julio un nuevo y vibrante logo, junto con un renovado diseño gráfico en su pantalla. La nueva imagen, que se presentó en Estados Unidos a fines de mayo, se renovará durante este año en cada uno de los restantes 42 Disney Channels de todo el mundo. Toda la programación intersticial, los spots de identificación y menús de programación contarán con este nuevo logo, estilo y paleta.

"La nueva imagen de marca de Disney Channel fue creada a nivel global para brindar en el futuro posibilidades de personalización regional a través de la creación de historias locales con una narrativa relevante a nivel cultural", comentó Nora Tela, Vicepresidente de Marketing, The Walt Disney Company Latin America. "La conocida firma del fundador de la compañía, Walt Disney, continúa siendo la protagonista en este nuevo diseño, al que se le suma ahora la icónica silueta de Mickey Mouse sobre la letra 'i', con una renovada tipografía para la palabra Channel. La letra 'D' acompañará a todas las piezas de navegación, funcionando como ventana a un universo gráfico más dinámico, simple y consistente", completó.

Disney Channel Latinoamérica es el canal líder en audiencia infantil y juvenil, y contiene programación para reunir a toda la familia. Transmite 24 horas en español y portugués, y alcanza a 58.8 millones de hogares en 19 países en la región, vía cable y satélite.

El sitio de TN, premiado a nivel mundial



TN.com.ar recibió un premio a la excelencia en Internet en los célebres Interactive Media Awards 2014. El reconocimiento fue en la categoría Noticias y el galardón "Best In Class" (el mejor de su clase) es el premio más importante que entrega el certamen.

TN.com.ar es el primer medio latinoamericano en ser homenajeado. El certamen evalúa cinco criterios básicos: diseño, contenido, funcionalidad, usabilidad y cumplimiento de estándares. Cada uno de ellos recibe una puntuación de 0 a 100 y se suman para lograr la evaluación final, en donde el puntaje máximo es 500. TN.com.ar se destacó en cada categoría y alcanzó los 480 puntos para recibir la mayor distinción.

Durante 2013, TN realizó un rediseño completo de su experiencia digital con el objetivo de crear una plataforma innovadora para su audiencia. En abril de 2014, el sitio web de TN también obtuvo dos menciones de honor en los prestigiosos Webby Awards, los premios que cada año distinguen a los mejores sitios web del mundo. Los Interactive Media Awards (IMA) son organizados desde 2006 por Interactive Media Council (IMC, por sus siglas en inglés), una organización sin fines de lucro conformada por reconocidos especialistas digitales que tiene como fundamento reconocer y elevar los estándares de excelencia en la web.

El jurado está compuesto por más de 50 expertos de la industria digital, incluyendo a la jefa de producto de Huffingtonpost.com, Shannan Brown; el director internacional de Marketing de OgilvyOne, Mish Fletcher; y el jefe digital de MIT Technology Review, Brent Turner, entre otros.

La cultura pop japonesa en NHK World TV



La cultura pop japonesa comenzó a recibir la atención internacional desde la década de 1980 y se convirtió en una de las fuentes más influyentes de entretenimiento en el mundo. La popularidad de las canciones de anime y anime japonés, Cosplay, Manga, video juegos, y la moda de Kawaii es abrumadora en todo el mundo en estos días.

NHK World TV presenta programas que ofrecen los diversos elementos de la cultura pop japonesa para responder a estas fuertes demandas. Estos son algunos de los ciclos que presenta actualmente el canal.

Imagine-nation: poniendo de relieve la cultura pop japonesa, entrevistas con los principales creadores se presentan junto con las últimas tendencias en Anime japonés, videojuegos y el manga.

KAWAII International: captura la esencia de la fabulosa cultura pop de Tokio en el estilo 'Kawaii'. Los seguidores en todo el mundo quieren saber lo que se puede encontrar aquí.

J-MELO: la música pop japonesa es una parte integral de la cultura popular japonesa. "J-MELO" es el único espectáculo de música japonesa en Inglés. El programa está repleto de hits, actuaciones exclusivas y entrevistas, y mucho más sobre toda la música japonesa imaginable.

NHK World TV no sólo difunde la cultura pop japonesa en su pantalla, sino que también la entrega en forma directa en cualquier parte del mundo. En julio, NHK World TV participó en eventos en todo el mundo tales como Japan Expo en París, Anime Expo en Los Angeles, Festival do Japão, en São Paulo, y Hyper Japón en Londres. Lo más destacado de estos eventos también se presentó en el aire, en una edición especial de "Imagine-nation" y "KAWAII International".



Los eventos deportivos más relevantes y la mejor y más amplia propuesta de programación con una gran variedad de programas de producción propia en diferentes formatos y estilos.



Visítanos en el stand N° 39 de Tepal.



SONY y Viditec presentaron una nueva serie de cámaras



SONY PSLA y Viditec SA presentaron en el auditorio de la empresa la Cámara HSC-100RF sobre fibra híbrida. Los disertantes fueron por parte de SONY Julio Lam, Sr. Marketing Manager, Content Creation Solutions Marketing SONY PSLA, Alejandro Reyes, Product Manager Et Sales Support Engineer SONY PSLA. Por Viditec participó Daniel Testani, Marketing Broadcast. Durante el evento, se hizo foco especialmente en las características técnicas de la cámara sobre fibra híbrida y en sus parámetros de ajuste. Los asistentes pudieron ver el funcionamiento y probarla junto al equipamiento instalado especialmente para la presentación, charts de ajuste e instrumentos Tektronix. Además, se realizaron presentaciones en los estudios de C5N, Video 4 y Canal 9.

La serie HSC-R es una novedosa cámara estudio/portátil, con 3 Sensores CCD Power HAD FX de 2/3". Incorpora tecnología de fibra óptica de 1,5 Gbps y está equipada con un sofisticado circuito de conversión A/D de 16 bits, para ofrecer un alto nivel de calidad de imagen, con el complemento del cable de fibra híbrida se logra una transmisión de señales a largas distancia sin ningún tipo de pérdida. La cámara también lleva integrado de serie un subconversor de alta calidad que produce imágenes SD para los estudios que aún no poseen HD.



Características destacadas:

Función de compensación automática de aberración de objetivo 2 (ALAC2)

Amplia gama de entradas y salidas a través del panel de conexiones: salida HD-SDI, salida SD-SDI, señal VF, señal de retorno y señal Prompter SDI. También se proporciona un canal de intercomunicación (ENG/PROD).

Además, cuando se instala el software opcional de funcionamiento de cámara HZCU-MC3, la unidad HSCU-300R y HSCU-300RF permite que el control de HSC-300R/100R y HSC-300RF/100RF pueda ejercerlo una unidad máster de configuración MSU-1000/1500 o una unidad de control remo-

to de la serie RCP-1000, de modo que se puede emplear la cámara como un sistema de estudio sencillo o como parte de un sistema a gran escala compuesto de varias cámaras.

Dos tipos de funciones de asistente de enfoque
Detalle del visor: añade directamente al visor señales de bordes que mejoran la imagen, para que el operador de la cámara reconozca un punto de enfoque.

Indicador de asistente de enfoque muestra un indicador de ajuste en la parte inferior o en otra posición del cuadro del visor. Es muy útil especialmente cuando se graba con amplio ángulo de visión.

VTR implementó una solución de Intraway



Intraway Corporation, proveedor líder de soluciones de software para el soporte a la operación y al negocio (OSS/BSS) de operadores de telecomunicación y proveedores de servicio, anunció la implementación de la nueva solución para la calidad de experiencia del cliente, QoE de Intraway en VTR GlobalCom S.A.

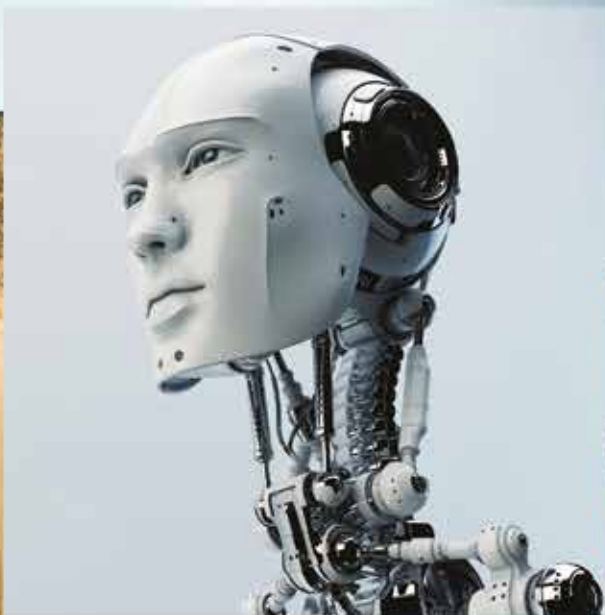
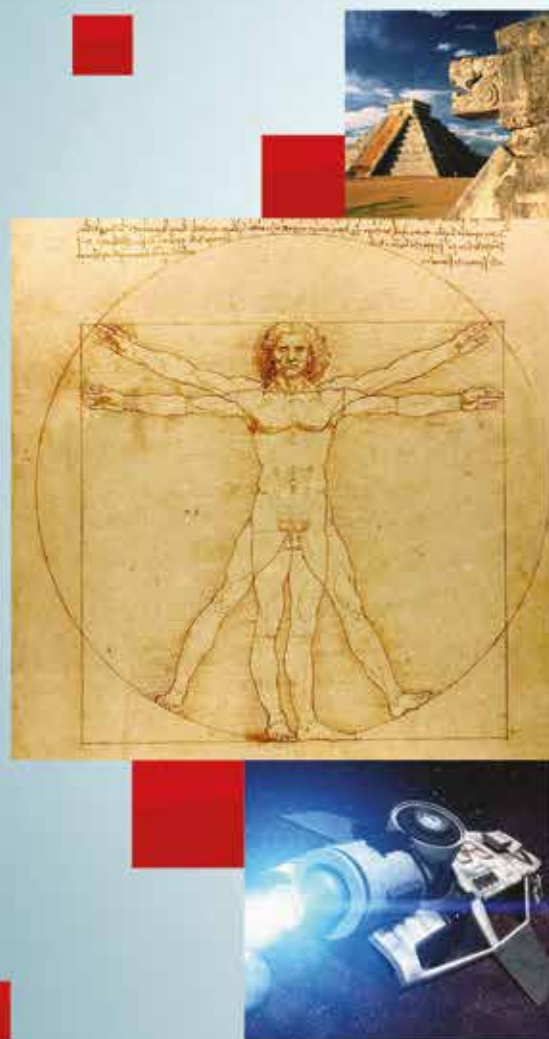
La nueva solución QoE de Intraway le permite al operador chileno monitorear la percepción de los clientes en tiempo real, para así evaluar los diferentes planes comerciales presentes y futuros. VTR es propiedad de Liberty Global y líder en Chile en servicios integrados de comunicaciones y entretenimiento, con más de 2,6 millones de hogares cubiertos por su red HFC (híbrida de fibra óptica y coaxial), que le permite ser líder en televisión digital, banda ancha de altas velocidades, telefonía fija y desde 2012, también presta servicios de tele-

fonía móvil en el país.

"VTR está constantemente investigando sobre nuevos productos para mejorar sus servicios, adquiriendo soluciones de próxima generación. Con la nueva solución QoE (Quality of Experience o Calidad del Experiencia) de Intraway, VTR puede evaluar constantemente los diferentes servicios de Internet ofrecidos en todo el territorio nacional y así determinar, en tiempo real, los posibles problemas de servicio en toda su red", dijo Ricardo Simpson, COO de Intraway Corporation.

La solución QoE de Intraway monitorea la percepción de los clientes para evaluar el comportamiento de los diferentes planes comerciales. Esta solución permite, entre otras, la entrega de información cuantitativa de la percepción de los diferentes servicios de Internet que el cliente utiliza diariamente, tales como los populares servicios OTT de varios proveedores.

■ TANTA HISTORIA NO CABÍA
EN UN SOLO CANAL.



DE LA MANO DE **HISTORY**
LLEGA UN NUEVO CANAL PARA
QUIENES SIEMPRE QUIEREN MÁS.

PROFUNDIZAR MÁS
EXPLORAR MÁS
CONOCER MÁS
ENTENDER MÁS

Distribuido por

HBO
LATIN AMERICA
GROUP

www.tuhistory.com/h2



MUCHA
MÁS
HISTORIA

Chellomedia pasa a ser AMC Networks International



Ed Carroll

Meses después de haber adquirido Chellomedia, gran conglomerado de canales con distribución a nivel mundial, y de pasar por un pedido de transición operativo, AMC Networks decidió cambiar el nombre de la marca por AMC International Networks. (AMCNI). Asimismo, AMC Sundance Channel Global, que opera en Europa, Latinoamérica, Oriente Medio y Asia también quedaría bajo el ala de AMCNI.

"Cambiarle el nombre a Chellomedia era el paso lógico a seguir en nuestro camino de integración de este portfolio de canales y en la transición de AMC Networks para convertirse en una empresa multimedios internacional", manifestó a principios de julio Ed Carroll, Director de Operaciones de AMC Networks.

Desde su compra en febrero pasado, en una operación que alcanzó los 1.000 millones de dólares, AMC sumó a su paquete de canales: IFC, Sundance Channel y WETV, las más de 40 señales que operaba Chello de manera independiente a través de sus distintas divisiones internacionales, las cuales incluyen una amplia gama de géneros y presencia en alrededor de 140 países alrededor del mundo.

A partir de ahora de ahora, AMC Networks International pasa a tener seis unidades operativas:

AMC Networks International – Asia-Pacific; AMC Networks International – Central Europe; AMC Networks International – Iberia; y AMC Networks International – Latin America (la cual incluye el canal MGM, MGM HD, Film & Arts, Europa Europa, elgourmet, Casa Club TV, Cosmopolitan TV, Ella, Canal (ā), AM Sports, Reality TV). Estas dos últimas quedan al mando de Henry Zulueta, así como AMC Networks International – Zone (EMEA) y AMC Networks International – DMC.



y las redes sociales

ESPN Latinoamérica y OMD Argentina se asociaron para realizar un nuevo estudio de investigación. El trabajo en conjunto realizado profundizó el análisis de un caso de estudio en donde trabajaron con los datos de audiencia de TV del show Pura Química de ESPN+ y los datos de buzz de dicho show analizando las conversaciones emergentes en twitter. Dicho estudio fue coordinado por Maggie Ruscello, Senior Manager de investigaciones de ESPN Latinoamérica, y Hernán Sampo, Director de Investigaciones para OMD Argentina. Con este proyecto de "Social Rating Case" se evidenció lo que sucede hoy en día entre la TV y las redes sociales, debido a que el consumo es multimedia y la propuesta de estar frente al televisor se amplía enormemente con las posibilidades de interactuar cada vez más a través de las redes sociales. El propósito de este análisis apuntó a examinar la manera en que la tecnología ayuda a los televidentes de deportes a permanecer y participar con el contenido televisivo.

Se considera que este tipo de análisis es lo que los medios y las centrales de medios pueden abordar para lograr una mejor comprensión de estos cambios y ayudar a las marcas para que puedan identificar más opciones y los beneficios de estar pautando en ambas plataformas y sobre todo acompañar el contenido elegido en todas sus formas a través de las propuestas online y offline.

Deutsche Welle cerró nuevos acuerdos

Deutsche Welle (DW), el canal alemán de información internacional fue una vez más de la partida en la Expo Canitec, evento en el cual viene participando desde finales de la década del 90. Para los ejecutivos de la señal alemana, el segmento latinoamericano es digno de atender, siendo México uno de los mercados que consideran más importante dentro de la región.



Andrea Hugemann y
Manuel Méndez de DW

Consultado sobre los resultados de su presencia en la feria, Manuel Méndez, Representante DW en México, le comentó a Revista ATVC que para la señal fue un evento positivo según los objetivos planteados, ya que cerraron contratos y renovaron otros: *"Gracias a una concertación previa, nuestra participación este año nos rindió diversos beneficios a través del contacto directo con promotores de distintos lugares del territorio mexicano. Con algunos como un primer contacto, y adicionalmente refren-*

dando nuestra relación tradicional con queridos amigos, entre los que se destacan muchos de los principales operadores del país", destacó.

Cabe destacar que en el transcurso de la Expo Canitec 2014 se cristalizaron negociaciones de crecimiento con Megacable, cerraron con OTT de MVS y también con las nuevas autoridades de DGTVE (la Dirección Ge-

neral de Televisión Educativa), las cuales expresaron su deseo de colaboración con la señal.

Méndez ratificó su deseo de seguir participando de la feria y apoyando a las autoridades de Canitec, no obstante adhirió a la gran mayoría de los programadores en relación a la disminución de asistentes que se viene dando en los últimos años, sobre todo en ésta última edición, tanto en calidad como en cantidad.

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

Los 20 años de Volver



CON LA CONDUCCIÓN DE TETÉ COUSTAROT, EL 1º DE AGOSTO LA SEÑAL CELEBRA DOS DÉCADAS EN LA TV Y LO A TRAVÉS DE 24HS ININTERRUMPIDAS CON LA MEJOR SELECCIÓN DE PROGRAMAS PARA TODA LA FAMILIA.



Canal Volver, la señal del cine y la televisión argentina, comenzó el viernes 1º de agosto último a celebrar sus primeros 20 años en pantalla con la mejor selección de programación para toda la familia que resume en parte, el objetivo que es emitir y resguardar lo mejor de la televisión argentina.

Con la conducción de la reconocida ex modelo y conductora Teté Coustarot, y a lo largo de toda la jornada, Volver inició la celebración de sus 20 años desde las 00:00hs del viernes 1º, con un maratón de los mejores programas que pasaron por su pantalla en estas dos décadas, la cual incluyó algunos éxitos inolvidables tales como Matrimonio y algo más, Historias con Aplausos, El Agujerito sin fin, Rolando Rivas Taxista, Pampa Bárbara, La banda del Golden Rocket, Monumental Moria, Poliladron, Agrandadytos, Mónica presenta, La Argentina de Tato y Nueve Reinas, entre otras.

Volver es el único canal que brinda a grandes y jóvenes, la posibilidad de ver la televisión argentina más significativa de todos los tiempos.

De la misma manera, a partir de ese día y durante todo el mes, Canal Volver ofrece a sus televidentes distintas opciones de programación como parte de los festejos estos primeros 20 años en la pantalla.

Nueva imagen del Canal Volver

En este nuevo rebranding, Volver continúa alimentando su concepto exitoso creado en 2011 de "jugar con el tiempo" donde el juego es sinónimo de entretenimiento. Celebrando el 20 aniversario, la nueva imagen vuelve a trabajar el objeto reloj y lo convierte en un medio de espacios infinitos donde recorrer, sorprenderse y disfrutar de manera dinámica.

Su diseño se basa en los primeros relojes digitales, cuyos números y referencias del día de la semana estaban impresos en tarjetas individuales. Los colores diversos y brillantes, acentúan la diversidad de público que la señal ha logrado alcanzar en sus últimos años y se proponen como atractivo para los más jóvenes.

Llega una nueva temporada de "The Walking Dead"

FOX ESTRENARÁ EN EXCLUSIVA EN AMÉRICA LATINA LA NUEVA TEMPORADA DE ESTA SERIE A TAN SÓLO 24 HORAS DE SU EMISIÓN EN ESTADOS UNIDOS. SERÁ EL LUNES 13 DE OCTUBRE.

FOX International Channels (FIC) anunció de manera exclusiva en Comic Con International en San Diego, California, el estreno global de "The Walking Dead" tan sólo 24 horas después de su estreno en Estados Unidos. La quinta temporada estrenará el lunes 13 de octubre en América Latina y más de 125 mercados, como parte del compromiso permanente de FIC por emitir las series a nivel internacional cerca de su estreno en Estados Unidos.

Al igual que en temporadas anteriores, la quinta entrega estará compuesta por dieciséis episodios. Fox estrenará los primeros ocho a partir del lunes 13 de octubre y el regreso en Febrero 2015 con los ocho episodios restantes.

El drama zombie continúa superando récords de ratings tanto en Estados Unidos como a nivel mundial en los 200 canales de FIC en 125 países. La cuarta temporada tuvo un desempeño global consistente



como el programa número uno de televisión paga, superando a la competencia en los mercados principales y el promedio de rendimiento de temporadas anteriores. Basado en la serie de comic escrita por Robert Kirkman y publicada por Image Comics, "The Walking Dead" se consagra como el drama más visto de la televisión en Adultos 18-49. "The Walking Dead" cuenta la historia durante los meses y

años que siguen después de un apocalipsis zombie, y sigue a un grupo de sobrevivientes, liderados por el oficial de policía Rick Grimes, que viajan en busca de un hogar seguro. La serie, que ha sido anunciada por la crítica como "un fenómeno honesto-a-Dios" (Variety), "implacable y provocativa" (Orlando Sentinel) y "brillante participación" (TheHollywoodNews.com), protagonizada por Andrew Lincoln como Rick Grimes; Steven Yeun como Glenn; Norman Reedus como Daryl Dixon; Chandler Riggs como Carl; Lauren Cohan como Maggie; Danai Gurira como Michonne; Melissa McBride como Carol; Chad L. Coleman como Tyreese; Sonequa-Martin Green como Sasha; Emily Kinney como Beth y Lawrence Gilliard Jr. como Bob Stookie. La serie es producida ejecutivamente por Scott M. Gimple, Kirkman, Gale Anne Hurd, David Alpert, Greg Nicotero y Tom Luse.



Llegó la hora de Tepal 24, en Panamá

ESTE AÑO LA EXPO CONVENCION ANUAL SE LLEVARÁ A CABO EN EL HOTEL HARD ROCK PANAMÁ MEGAPOLIS DEL 13 AL 15 DE AGOSTO.



Una vez más, los actores de la industria latinoamericana de la TV paga se reunirán en la Expo Tepal. Bajo el lema *"Desde Latinoamérica para el mundo"*, el evento estará brindando a todos sus participantes y expositores una experiencia inigualable, con la participación de autoridades, cableoperadores, programadores, suplidores, revistas, periodistas locales e internacionales, conferencias y seminarios dictados por eminencias en temas relacionados con la industria y su desarrollo, cócteles, fiestas y mucho más, una agenda nutrida y dinámica. Para conocer más detalles, Revista ATVC dialogó con Humerto García Ferro, Secretario de la entidad organizadora.

- ¿Cuáles han sido los resultados de las áreas lounge utilizadas en la feria en los últimos años?

- Han sido todo un éxito, han gustado mucho, los asistentes a las Expos nos han dicho que las áreas lounge son espacios que invitan a permanecer dentro del área de exhibición. De esta manera, el formato seguirá vigente y continuaremos teniendo áreas lounge durante la Expo Tepal 24.

- ¿Cuáles son los principales atractivos de las Sesiones Académicas?

- Siempre se analiza, se discute y se informa sobre temas de actualidad de nuestro sector. Los asistentes podrán ver y preguntar a los líderes de la industria sobre sus acciones seguidas y a seguir en determinadas situaciones de implementación de tecnologías o desarrollos operacionales, así como preguntarles directamente a estos mismos líderes acerca de sus inquietudes o dudas sobre diversos temas.

- ¿Qué disertantes están confirmados?

- Este año tendremos el tradicional Foro de Negocios con la participación de Mauricio Ramos, Enrique Yamuni y Carlos Moltino.

Asimismo tendremos un panel de CTO's, en el cual estarán los directores técnicos de Megacable de México, Cablevisión Argentina y VTR Chile, por mencionar a los ya confirmados. También habrá charlas de Wobi, Kagan & Associates, Dataxis, Arris, Intraway y otras compañías.

- ¿Qué facilidades y comodidades ofrece el Hard Rock Hotel Megapolis Panamá para un evento de estas características?

- El Hotel cuenta con el centro más grande y moderno de Panamá y cumplirá a cabalidad con los requerimientos y necesidades de un evento de clase mundial. Además, los hoteles Hard Rock son reconocidos como hoteles de la mejor calidad, con mucho profesionalismo y variadas facilidades de entretenimiento. El lugar está conectado a un centro comercial a través de una rampa peatonal climatizada.

- ¿Cuáles son los temas de mayor interés en el mercado actualmente y cómo serán tratados durante el evento?

- Las multiplataformas y los servicios de OTT concitan mucho interés en el mercado. La implementación de estos servicios y las experiencias de los que ya han iniciado se tratarán en la Agenda de Sesiones y Talleres que tenemos preparados.

- ¿Qué expectativas tienen en cuanto a cantidad de expositores y asistentes?

- A pesar que este año se ha notado una significativa disminución en la asistencia de cableoperadores en los eventos más importantes de la industria en Estados Unidos y México, además de una notable reducción en el tamaño de la muestra comercial, la Expo Tepal 24 ya se perfila con muy buena asistencia de todos los actores de la industria, principalmente de cableoperadores, programadores, proveedores, reguladores y medios de comunicación e informativos.

VISTA WEB A TRAVÉS DEL MÓVIL

CAMBIAR LA FORMA DE HACER MANTENIMIENTO A SU RED

Hunter usa la Tecnología de Radar para encontrar exactamente la causa y la localización del problema, ya sea CPD analógico o CPD digital. También se detectan Ingresos, Ruido de Impulso y Laser Clipping.

01 Encontrando el error
Hunter identifica la zona de la red donde se encuentra el error.

02 Pinpoint la fuente
Utilizando el Quiver, los técnicos pueden localizar el punto exacto del CPD.

03 Solucionando el problema
Con la localización precisa del CPD, los técnicos disminuyen sustancialmente el tiempo de solución del problema.

ARCOM
DIGITAL

www.arcomlabs.com

Comedy Central presenta su nueva campaña regional

BAJO EL CONCEPTO "EL STAND-UP ES NUESTRA RELIGIÓN", EL CANAL PRESENTA SU CAMPAÑA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN ON AIR Y OFF AIR PARA ARGENTINA, BRASIL, MÉXICO Y CHILE.



El canal Comedy Central Latinoamérica presentó una nueva campaña creativa para on air y off air desarrollada desde Argentina para el mercado de Argentina, Brasil, México y Chile con el objetivo de promocionar el estreno de la nueva temporada de "Comedy Central Presenta: Stand-Up", que ya se está transmitiendo en Chile y Argentina desde el 26 de julio. La temporada 2014 de "Comedy Central Presenta: Stand-Up" cuenta con una se-

lección de más de 100 talentosos comediantes de toda la región. A su vez, cada país incluye a un destacado presentador que oficia como anfitrión. En Argentina será Humberto Tortonese, en Chile Nicolás Larraín, en Brasil Murilo Gun, mientras que en México participará Roberto Flores. Comedy Central es la marca líder en este género de humor y apuesta desde hace cinco años a su crecimiento. Así nació el concepto "El Stand-Up es nuestra religión", que da cuenta de una manera de ver la vida y de identificarse con el público que siente la misma pasión por la comedia.

"Como la mayoría de las campañas de la señal, ésta también fue desarrollada íntegramente por el equipo creativo de VIMN en Buenos Aires", comentó Federico Cuervo, vicepresidente senior y gerente de marca para Comedy Central. "Buscamos jugar con los límites del

humor y resaltar el talento del maravilloso grupo de humoristas que logramos convocar. Por eso se rescataron las mejores frases y se creó el concepto de 'estampitas' porque el humor es nuestro mantra y es la mejor forma de encarar la vida".

La campaña busca reforzar el posicionamiento del canal como curador y recomendador de los mejores artistas dentro de la escena de stand-up en la región. Para lograrlo se desarrollaron estas piezas que presentan una estética que juega con la iconografía religiosa.

La campaña estuvo a cargo del equipo creativo liderado por el director, Martín Florio, el redactor creativo, Ezequiel Saúl, y el director de arte, Nicolás Korenchuk; el equipo de marketing liderado por Natasha Oviedo, directora de marketing; y el equipo digital liderado por Ezequiel Fonseca Zas.

UFC desembarca en Uruguay



The Ultimate Fighting Championship (UFC, la organización líder de Artes Marciales Mixtas, el canal de televisión Canal 10 Saeta, la primera señal uruguaya de televisión abierta y TCC, su operador de TV por suscripción, anunciaron un primer acuerdo para la televisión uruguaya por el cual se comenzará a emitir contenido de UFC tanto en televisión abierta como en el principal operador de cable del país.

Con este acuerdo, Canal 10 y TCC incorporan a su grillas contenidos exclusivos para Uruguay de la disciplina deportiva de mayor crecimiento en el mundo, y reafirman su compromiso por contemplar a todos los segmentos de audiencia con programación de calidad comprobada. De esta manera, Uruguay se suma a los más de 145 países que reciben contenido de UFC en 28 idiomas diferentes, con una cobertura que supera los 790 millones de hogares y decenas de millones de seguidores a través del sitio web www.ufc.com y de sus redes sociales.

Universalmente reconocida por sus eventos im-

perdibles con localidades agotadas en las arenas más importantes del mundo, The Ultimate Fighting Championship es la organización más importante de artes marciales mixtas (MMA) del mundo. Propiedad y operada por Zuffa, LLC, con su centro de operaciones en Las Vegas, con oficinas en Londres, Toronto, Singapur y San Pablo, UFC produce más de 49 eventos en vivo por año.

Desde agosto, todos los domingos a las 0.30 horas Canal 10 transmitirá una hora semanal de contenido de UFC y como parte de este segmento, desde la última semana de agosto comenzará a emitir los 12 episodios de "The Ultimate Fighter", reality show donde seis peleadores de dos equipos rivales (México vs. América Latina) se disputan un lugar dentro de la historia de la UFC. Este reality show lleva ya 20 temporadas ininterrumpidas en la televisión de los Estados Unidos y es considerado como un verdadero suceso de audiencia y rating, y ésta es la primera vez que se desarrolla una versión especialmente pensada para el público latino.

AYACUCHO
ARTAGENA
BARQUISIMETO
ISLA MARGARITA
SAN
SALVADOR

BUENOS AIRES MANTA
SAN JOSÉ DE COSTA RICA
POSADAS VALENÇIA 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 1395 | 5411 4339 1541



Contenidos que conectan

artear
www.artear.com

TNT estrenó la segunda temporada de Under the Dome

LA SERIE RETORNA A LA PANTALLA DEL CANAL DE LA MANO DE UN PRIMER EPISODIO ESCRITO POR STEPHEN KING, Y CON NUEVOS PERSONAJES. TAMBIÉN ESTÁ DISPONIBLE EN TNT GO.



En julio, TNT concretó el esperado regreso de la serie *Under the Dome*, con su segunda temporada. Además, puede seguirse en modalidad catch up a través de la plataforma TNT GO (tntgo.tv). A partir del 28 de julio, todos los lunes habrá un nuevo episodio en la pantalla del canal.

Cargada de sorpresas y con mayor tensión bajo el domo, este año la historia promete ir más allá de lo que narra la novela en la cual se basa. Cabe destacar que el primer episodio, titulado "Heads Will Roll", fue escrito especialmente por Stephen King, quien también tiene reservado un cameo. Esta segunda temporada nos propone reencontrarnos con los habitantes de Chester's Mill en su lucha por sobrevivir

bajo el domo misterioso que los separó del resto del mundo. Pero esta vez, lo que está afuera llegará adentro. Sólo una cosa es segura: nadie en este pueblo estará a salvo. La primera sorpresa es que dos de los protagonistas morirán; pero como contrapartida, *Under the Dome* incorpora nuevos personajes. Uno de ellos será un pariente de James "Big Jim" (Dean Norris) y de "Junior" Rennie (Alexander Koch). Por su parte, Eddie Cahill (CSI: NY) interpretará a Sam Verdreaux, cuñado de "Big Jim". Se trata de un introspectivo ex paramédico que buscará ganarse un lugar en el pueblo. Dale "Barbie" Barbara (Mike Vogel), en tanto, tendrá que vérselas con su padre, Don Barbara (Brett Cullen), poderoso líder de una mega-

corporación.

Otras incorporaciones son las de Rebecca Pine (Karla Crome), una maestra que bajará con "Big Jim" (Dean Norris); Melanie (Grace Victoria Cox), una mujer rescatada por Julia Shumway (Rachelle Lefevre) en el cierre de la primera temporada, y Pauline (Sherry Stringfield), en un rol que sería el de la esposa de "Big Jim". También se apunta con una aparición especial Dwayne Boyd (The Hunger Games).

Under the Dome se consagró como la serie más vista del verano en 21 años, promediando los 15.1 millones de espectadores en los EE.UU., con gran éxito internacional, además. *Under the Dome* de CBS Studios International, está basada en la novela éxito de ventas de Stephen King. Esta adaptación para televisión desarrollada por Brian K. Vaughan (Lost) y producida por CBS Television Studios en asociación con Amblin Television.

La serie es producida por Steven Spielberg, Stephen King, Brian K. Vaughan (Lost), Neal Baer (Law & Order: Special Victims Unit), Stacey Snider, Justin Falvey (The Americans), Darryl Frank (The Americans) y Jack Bender (Lost, The Sopranos).

Baby TV presenta nuevos clips

Los amigos de BabyTV pueden bailar todos los ritmos musicales, desde el tango y el twist, hasta el break dance y el rap con "Feliz de ser". En los nuevos y mágicos clips de este ciclo, que pueden verse desde el 4 de agosto, estos adorables personajes se suben al escenario para bailar hasta el cansancio los distintos estilos populares.

"Henry el Hambriento", estará todos los días en BabyTV. El simpático y emblemático personaje de la señal vuelve a la pantalla de BabyTV con la exitosa serie. Henry tiene mucha hambre y quiere buscar su comida favorita. Para ello invita a los más chicos a descubrir cómo se preparan diferentes platos y de dónde proviene cada uno de los ingredientes.



Fundado en 2003, BabyTV ofrece 24 horas de contenidos de la más alta calidad creados por especialistas en educación infantil, en un entorno sin anuncios publicitarios. Fue diseñado para servir como apoyo a los padres con programas que exploran temas de aprendizaje temprano a través de la diversión y enfatizando la interacción entre padres e hijos. Parte de FOX International Channels desde 2007, BabyTV se emite en más de 100 países en el mundo a través

de más de 600 plataformas afiliadas y en 18 idiomas, y también brinda su contenido vía ofertas de televisión a la carta, para dispositivos móviles y de banda ancha.



Red Intercable: El valor de la sinergia



Somos Cableoperadores independientes, unidos por objetivos y realidades comunes.

Nuestra organización, que nuclea a más de 220 pymes, alcanza con su plataforma de servicios a más de 500 localidades, distribuidas en 19 provincias del territorio nacional, con redes que cubren más de 610.000 hogares.

Promovemos el conocimiento y la innovación tecnológica permanente con el objetivo de consolidar nuestras empresas como operaciones multiservicio vinculadas a comunicación y entretenimiento.

Así, hemos dado origen a desarrollos exclusivos y programas de capacitación que en la actualidad contribuyen de manera protagónica en la generación de valor para incursionar en nuevas prestaciones con competitividad y rentabilidad.

La sinergia es la esencia de nuestra organización.

Red Intercable, Pymes, República Argentina.

CNN en Español estrena un nuevo programa: Dra. Azaret



La salud y el bienestar son los temas centrales del nuevo programa de CNN en Español Dra. Azaret, que a partir del sábado 19 de julio, a las 20 horas se enfoca en uno de los aspectos más importantes de las personas en la actualidad: vivir una vida más sana y feliz. Cada semana, y durante media hora, este programa producido en los estudios de Miami está respaldado por la participación de destacados profesionales en el ámbito de la salud.



El programa es conducido por la psicóloga Dra. Marisa Azaret, quien expande su rol con CNN en Español para llegar al corazón de los principales temas: las últimas tendencias para el bienestar e investigaciones de salud con reconocidos expertos, los avances más modernos de la tecnología con consejos prácticos y fáciles de entender de los mejores doctores y especialistas en un sinfín de temas sobre el vivir saludablemente. Este programa está basado en la pasión y curiosidad de la Dra. Azaret en el descubrimiento de nuevos hallazgos en el campo médico y de la salud. Se enfoca en elaborar estos temas en forma de que sean más entendibles y demostrar formas prácticas en la cual podamos aplicar esta importante información en nuestras ocupadas vidas.

Entre los principales temas que abordará el programa en sus distintas ediciones se encuentran: Las dietas sin gluten, ¿qué significan para nuestra salud?; Impresión a 3D de células y órganos; Salud mental para todas las edades: la importancia de la buena alimentación y de ejercitar la mente; Demasiado ejercicio cardiovascular: ¿por qué mucho es malo?; Embarazos a la edad de 40 años en auge, y salud ginecológica de mujeres de todas las edades; Salud visual: cómo mantener nuestra visión en óptimas condiciones; Sobrevivientes del cáncer de mama.



Moviecity da apoyo al cine mexicano

Moviecity reafirma su compromiso con el cine mexicano y se hace presente por segundo año consecutivo en Los Cabos International Film Festival, reconocido evento que promueve el intercambio cultural y comercial de la industria cinematográfica entre México, Estados Unidos y Canadá y que tendrá lugar del 11 al 16 de noviembre en Los Cabos, Baja California Sur.



Con el propósito de reconocer al mejor cine mexicano, Moviecity patrocinará dos galardones, uno destinado a la categoría "México Primero", integrada por largometrajes mexicanos con año de producción en curso de la edición vigente, de duración mayor a 60 minutos, y otro para la categoría "Work In Progress", donde participan largometrajes mexicanos en etapa de postproducción. En ambos casos, el Premio Moviecity reconocerá a los filmes ganadores con la compra anticipada de los derechos de transmisión para su exhibición en América Latina.

Esta iniciativa refleja el apoyo permanente de Moviecity al cine latinoamericano, a través de la exhibición de las mejores películas independientes e internacionales que se producen en la región y la presencia año a año en los festivales internacionales más reconocidos de la industria.

La nueva temporada de Desafío Alaska, por Nat Geo



Cuatro equipos de supervivientes extremos compiten en una de las zonas más inhóspitas de la tierra. Se trata de algunos de los supervivientes más resistentes de EE.UU. Cuatro equipos, compuestos por leñadores, montañistas, veteranos del ejército y atletas de resistencia, se enfrentan en una épica

competencia ártica que sólo Nat Geo puede llevar a cabo. Deben recorrer 11 tramos que abarcan 2.400 kilómetros de zona virgen en Alaska y sobrevivir cargando su equipo sobre sus espaldas.

Desde el domingo 20 de julio, todos los domingos, Nat Geo escapa de la rutina en la segunda temporada de "Desafío Alaska". Doce

amantes de la vida al aire libre en el medio de la zona virgen de Alaska, nada de artilugios, nada de hoteles cómodos entre una toma y otra. Nada de dispositivos electrónicos; ni siquiera un premio al final. Al igual que los exploradores originales de National Geographic, esta aventura de proporciones épicas busca sólo satisfacción y orgullo.

A puro ingenio, avanzan por uno de los territorios más hostiles del planeta con menos de un kilogramo de legumbres y arroz por tramo. Recorren desde valles de ríos congelados hasta laderas desérticas y altos picos montañosos, mientras se enfrentan a depredadores, el hambre, un clima peligroso y la amenaza de hipotermia en forma constante. Nat Geo estrena la segunda temporada de "Desafío Alaska" el domingo 20 de julio, y continuará emitiéndola todos los domingos.



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

CAPER 2014

broadcast • cable • cine • satélite • iluminación • audio

MIE JUE VIE
29 30 31 OCT

CENTRO COSTA SALGUERO
BUENOS AIRES • ARGENTINA

El ámbito
de encuentro
para Broadcasters
y Profesionales
de la Industria
Audiovisual
de Sudamérica

www.caper.org



Empresas de Telecomunicaciones y de Televisión por Cable e Inalámbricas,
Utilización y Aprovechamiento de los Servicios de Banda Ancha y de la Interactividad,
Administración, Mercadeo y Ventas de Servicios de Telecomunicaciones y Televisión Pagada,
Tecnología y Mantenimiento de Redes y Cabeceras.



TEPAL
EXPO CONVENCION
24



DESDE LATINOAMERICA PARA EL MUNDO

TEPAL 24

13 al 15 de agosto de 2014
Centro de Convenciones
Hotel hard Rock Panamá Megápolis
Ciudad de Panamá, República de Panamá

Tels.: +507-390-3419 / 7758
Fax: +507-390-3429
expo@tepal.org
www.tepal.org



PREMIOS
ATVC
22° edición



El premio más federal
de la comunicación argentina.
**El evento más importante de la
televisión por cable.**

Participe con sus mejores programas y coloque
a su canal entre los ganadores



LA TELEVISIÓN POR CABLE
50 AÑOS CONSTRUYENDO COMUNICACIÓN

g

Designan directora en Stingray Digital

Stingray Digital, el proveedor líder de servicios musicales en diversas plataformas para operadores de TV de paga a nivel global, anunció la designación de Susie Verdes como directora de mercadeo y servicios a afiliados de la empresa. La ejecutiva, quien cuenta con una amplia trayectoria en la industria de la televisión paga en América Latina, estará basada en Miami y reportará directamente a Alejandro Cacciola, vicepresidente de operaciones de Stingray Digital América Latina. Como gerente de marketing y servicios a afiliados, Verdes será responsable del manejo de todas las iniciativas de mercadeo de Stingray Digital en América Latina y el Caribe.



SUSIE VERDES

g

Nombramiento en NBC Universal



KLAUDIA BERMÚDEZ

La división de canales internacionales de NBC Universal anunció que Klaudia Bermúdez se une a la compañía como vicepresidente senior y gerente general de Universal Networks International (UNI) para Latinoamérica. Bermúdez impulsará las oportunidades de crecimiento del portafolio de canales de la compañía en la región y reportará a Ken Bettsteller, director general de NBCUniversal International Television, Latinoamérica. El nombramiento se hará efectivo a partir del 2 de junio y Bermúdez estará basada en Miami, Florida.

g

Nuevo Gerente General de Turner Argentina

Felipe de Stefani ha sido promovido a Gerente General de Turner Internacional Argentina (TIA), la oficina más grande de Turner por fuera de los Estados Unidos. Conservará sus responsabilidades como Vicepresidente Senior y Gerente General de los canales de Tendencias de la compañía. Como Gerente General, De Stefani tendrá a su cargo establecer la dirección estratégica global para todas las operaciones de Turner en Argentina. El anuncio fue realizado por Juan Carlos Urdaneta, Presidente de Turner Latin America.

"Felipe ha desempeñado un rol ejecutivo en nuestra oficina de Buenos Aires durante 8 de los 13 años que lleva en la compañía, con un período de 5 años en Atlanta, donde llevó adelante el marketing panregional y nuevos medios para Cartoon Network", dijo Urdaneta. "Estoy convencido de que cuenta con el conocimiento corporativo y la experiencia en ejecución necesarias para liderar nuestras operaciones en este centro estratégico".



FELIPE DE STEFANI

a

agenda 2014

Agosto

13 al 15

Expo Convención Tepal 24

Hotel Hard Rock - Ciudad de Panamá

Web: www.tepal.org

26 y 27

Asunción Media Show

Hotel Sheraton Asunción

Web: www.grupoisos.net

Septiembre

2 al 4

Andina Link Centroamérica

Hotel Barceló San José Palacio

San José - Costa Rica

Web: www.andinalink.com

17 al 19

Jornadas Internacionales

Hotel Hilton - Bs. As.

Argentina

Web: www.atvc.org.ar

Web: www.capps.org.ar

Octubre

13-16

MIPCOM

Palais des Festivals

Cannes - France

Web: www.mipcom.com

29 al 31

Caper

Centro Costa Salguero - Bs. As.

Web: www.caper.org.ar

Noviembre

18 y 19

Chile Media Show

Hotel Intercontinental

Santiago de Chile

Web: www.grupoisos.net



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: 54-11-4502-7052

Email: gleombruni@visiongrafica.com

Año: 2014

Nro. 205

GL



En la cima de las telecomunicaciones

CHILEMEDIASHOW

TV Cable | Telecomunicaciones | Regulación | Piratería | Contenidos

2014 summit

organiza:

GRUPO ISOS
Internacional

18 y 19 de noviembre

Hotel Intercontinental
Santiago de Chile



PARA CONQUISTAR **EL FUTURO**,
SÓLO NECESITAMOS NUESTRA IMAGINACIÓN



siglo XV
el mundo es plano...



¿cuáles son las
nuevas fronteras,
Marte?

Discovery

A LOS 20 AÑOS
NADA ES IMPOSIBLE...

CONTACTO VENTAS AFILIADAS / MIAMI: 1.786 273 4550 / MEXICO: 52.55 5249 8867
ARGENTINA: 54.11 4000 4030 / BRASIL: 55.11 2138 9610 / COLOMBIA: 57.1744 1628