



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

Asociación Argentina  
de Televisión por Cable

## La gran noche de los Premios ATVC



**TECNOLOGÍA:**

Las claves del OTT

**COBERTURA:**

Chile Media Show

**REGULACIÓN:**

Eliminar las asimetrías

# HBO

LATIN AMERICA  
GROUP™



DONDE TODO COMIENZA

HBO

HBO2

HBO  
Family

HBO  
SIGNATURE

HBO  
plus

HBOOD  
ON DEMAND

HBO GO

max

maxPRIME

cine**max**

H  
HISTORY

GH  
HISTORY  
ON DEMAND

HHD  
HISTORY

H2

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

T  
TELEMUNDO



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](mailto:atvc@atvc.org.ar)

Web: [www.atvc.org.ar](http://www.atvc.org.ar)  
[www.atvc.org](http://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

La iniciativa de ley llamada "Argentina Digital" está pensada para que las telefónicas se queden con todo. El proyecto de ley presenta una serie de debilidades de diseño regulatorio que atentan contra la consecución de los fines y objetivos que dice promover, como son la convergencia tecnológica, una mayor competencia y el desarrollo de nuevas tecnologías en el sector de las comunicaciones.

Una regulación como la propuesta será contraria al desarrollo sustentable del sector; distorsionará el mercado audiovisual y discriminará a los Cables; producirá una baja en los parámetros de calidad de transmisión de las redes; y, en vez de abarcar el interés público, será de exclusivo interés de una o dos empresas que se quedarán con todo el mercado.

Estamos ante la eventualidad de que las empresas telefónicas, como Telefónica y Telecom (que son una sola) o Claro, puedan brindar televisión directa al hogar mediante sus satélites que ya están orientados a distribuir contenidos en toda Latinoamérica, con un significativo poder de mercado.

Los Cables sabemos muy bien que es casi imposible desafiar a estos competidores porque hoy estamos sufriendo una competencia así, con un prestador satelital que por acceder a economías de escala tiene significativas ventajas para adquirir la última tecnología y para contratar contenidos exclusivos. Estos operadores poseen además de una ventaja adicional, ya que con una sola licencia pueden cubrir todo nuestro territorio, mientras que un Cable está limitado a operar localmente y su alcance total no puede exceder de 24 pueblos.

Los Cables han nacido y se desarrollaron en competencia. Al día de hoy todos los pueblos donde dan servicios ya tienen la alternativa satelital; y, si se trata de ciudades de mayor población los usuarios suelen tener 2 ó 3 alternativas más. Pero el esquema regulatorio de las telefónicas, creado con la privatización de Entel, ha consagrado un monopolio de 10 años que en los hechos permanece así hasta la actualidad, porque desde que se liberó el mercado noviembre de 1999 no se han producido incursiones de gran escala de una licenciataria en el antiguo territorio de su competidora.

Estas empresas concentran: telefonía fija, celular, servicios satelitales, transmisión de datos, Internet, y ahora esta ley quiere incluirlas en los servicios audiovisuales. Es bueno aclarar que, en muchos de estos mercados, las telefónicas operan tanto en el segmento mayorista como en el minorista, y que esta integración vertical es una enorme ventaja competitiva respecto de otros proveedores del sector. A todo esto se debe sumar el 4G como un nuevo beneficio, obtenido mediante un concurso que no tuvo por objeto promover nuevos jugadores.

¿Cuál es la magnitud del daño? Van a depredar a las empresas de Cable, un sector que lleva 50 años en nuestro país comunicando los pueblos, que está presente en 1.200 localidades, y está integrado por unos 700 empresarios nacionales, la gran mayoría PyMEs. El sector da trabajo a más de 20.000 familias en forma directa, y otro tanto asociado a las áreas de producción y las técnicas. Las empresas producen contenidos que transmiten valores culturales, locales, informativos mediante 700 señales locales. También existen 1.000 productoras independientes.

Entendemos como justo, y lo reclamamos así, que no se permita la entrada al mercado audiovisual de las grandes telefónicas bajo la modalidad que propone la ley en discusión. Es inconcebible que se quiera abordar la convergencia de esta forma atropellada, es absolutamente necesario eliminar o minimizar las notorias asimetrías existentes antes de dar cualquier paso en esa dirección.

Una ley del Congreso no debe consagrar la aniquilación de las empresas de Cable argentinas.

# ARGENTINA DIGITAL SÓLO BENEFICIA A TELEFÓNICAS MULTINACIONALES

“Argentina Digital” es un proyecto de Ley concebido para beneficiar a las Telefónicas con nuevos servicios y con la posibilidad de uso de las inversiones de empresas nacionales.

El decreto que privatiza ENTel estableció como requisito para las Telefónicas, la prohibición durante 99 años de dar CUALQUIER SERVICIO DE RADIODIFUSIÓN. Por esta prohibición Telefónica y Telecom pagaron mucho menos de lo que valía ENTel, una empresa de todos los argentinos.

El mismo decreto estableció obligaciones de inversión que no fueron cumplidas. En vez de invertir y desarrollar las telecomunicaciones priorizaron la distribución de dividendos, se empeñaron en bloquear el desarrollo de otras empresas y ejercieron presión sobre los gobiernos para ingresar en radiodifusión. Lo lograron con Telefé y ahora van a coronar su esfuerzo si se sanciona esta Ley, que les regala la posibilidad de usar las inversiones de empresas nacionales, contra las que ellos accionaron y competirán. Un beneficio para grandes corporaciones multinacionales y un perjuicio para los argentinos.

Las modificaciones hechas en el Senado no cambian nada, porque esta Ley sigue teniendo tres beneficiarios y 40.000 afectados, que tienen empleos especializados.



Asociación Argentina  
de Televisión por Cable

**BROOKLYN**  
9-9

TEMPORADA  
2



**THE  
MILLERS**

TEMPORADA  
2



**THE  
MINDY  
PROJECT**

TEMPORADA  
3



**ANGIE  
TRIBECA**

NUEVA  
SERIE



**CADA DÍA HACEMOS REÍR  
A MÁS DE 43 MILLONES DE SUSCRIPTORES.**

**100%  
HUMOR**



**veryfunny.**

MÉXICO / CENTRO AMÉRICA / CARIBE

COLOMBIA / VENEZUELA / CHILE / BOLIVIA / PERÚ / ECUADOR

ARGENTINA / URUGUAY / PARAGUAY

BRASIL

Luis.Dolbo@turner.com  
Tel: (52-55) 5089-6272

Gustavo.Miraker@turner.com  
Tel: (56-2) 367-2200

Juan.SalasSanJes@turner.com  
Carlos.Cordero@turner.com  
Tel: (54-11) 4318-3100

Anthony.Doyle@turner.com  
Tel: (55-11) 5501-6791



# Se entregaron los Premios ATVC

CON MÁS DE 500 PROGRAMAS INSCRIPTOS Y UNA EMOCIONANTE CEREMONIA, SE LLEVÓ A CABO UNA NUEVA EDICIÓN DE LOS TRADICIONALES PREMIOS, LOS MÁS FEDERALES DE LA TV ARGENTINA.



La noche de gala de los premios a la TV por Cable organizados por la Asociación Argentina de Televisión por Cable se realizó en Tango Porteño y fue transmitida en vivo por Magazine TV y Red Intercable. Una noche mágica que contó con la conducción de Verónica Varano y Marcelo "Teto" Medina.

Walter Burzaco, Presidente de ATVC, le dio la bienvenida a los más de 500 invitados y expresó: *"Este año la industria de la Televisión por Cable cumple 50 años, y en el marco de este significativo aniversario celebramos la entrega de los Premios ATVC número 22. Hemos superado los 500 programas inscriptos que, de acuerdo con la esencia federal de nuestro sector, son producciones de todas las provincias, principalmente realizadas por empresas PyMES. Luego de cinco décadas, hoy existen más de 600 señales locales y 1000 productoras, que han sido y son una escuela de comunicadores, conductores, productores y periodistas"*, destacó el directivo. Para finalizar, felicitó a todos los participantes y agradeció al distinguido jurado.

Como cada año, el premio más esperado fue el Gran Premio del Jurado, que en esta ocasión se lo llevó el programa infantil "Código Verde" de Leandro N. Alem de la provincia de Misiones, que es transmitido por Cable Norte Televisión S.A.

Además, se entregaron distinciones especiales a los programas "De a Caballo", de Balcarce; "Colectivo Imaginario", del

canal TN Noticias, "Música en mis manos", de Quiero TV, ambos de la Ciudad de Buenos Aires; "Quorum Propio", de San Cayetano en la provincia de Buenos Aires, "MMA Sport", de Asunción, Paraguay; "Gladiadores del Fútbol (Maradona- Pelé)", de The History Channel, Buenos Aires; "UNS TV", de Bahía Blanca, "Conceptos", de Canal(a), "O Negocio", Temporada 1, episodio 1, y "Prófugos", Temporada 2, episodio 1, ambos de HBO Latin America, de Florida; "Veloamente", Temporada 3, de Discovery Kids Latin America, de Florida, "Hacete de Oliva", Canal de la Ciudad, de Buenos Aires; "Dicen que dicen con Alberto Lotuf", de canal Metro de la ciudad de Buenos Aires; "La búsqueda", del Canal de la Ciudad, de Buenos Aires; "Homenaje a Alberto Castillo", de Tango City, Solo Tango, de la Ciudad de Buenos Aires; "Curiosos del Poder", de San Rafael, Mendoza; "Región Norte", de Somos Norte, provincia de Buenos Aires, y "Mundial Brasil 2014-Spot predicciones Steve: Uruguay- Inglaterra", por Disney XD, de Vicente López,



Provincia de Buenos Aires.

Ganadores y nominados, entre ellos autores, realizadores, productores, representantes de los canales y señales satelitales, disfrutaron de una noche mágica que finalizó con un show de tango de nivel internacional. También estuvieron presentes diferentes autoridades y legisladores nacionales y provinciales. Las producciones participantes fueron divididas por género y agrupadas en distintas categorías establecidas por la cantidad de habitantes a la que llega cada señal.



GANADORES

Asuntos Agropecuarios

1 - AGROIMAGEN - CANAL 2 MONTE BUEY - MONTE BUEY, 2 - CAMPO TV - CANAL 2 - CABLE NORTE VIDEO S.R.L. - CERES, 3 - 25 HECTAREAS HISTORIAS DE LA CHACRA - CABLE NORTE TELEVISION S.A. - LEANDRO N. ALEM, 3 - DE A CABALLO - SOMOS BALCARCE (SEÑAL 2 DE CABLEVISION) - BALCARCE, 4 - PERFIL AGROPECUARIO - CANAL 2 (TRES ARROYOS TELEVISORA COLOR SA) - TRES ARROYOS, 5 - SIEMBRA Y COSECHA - CANAL 12 COMPAÑIA DE CIRCUITOS CERRADOS S.A. - SAN MIGUEL DE TUCUMAN, 6 - TRABAJO DE CAMPO - "LA PAYADA DEL TAMBERO" - CONSTRUIR TV - CIUDAD DE BUENOS AIRES.

Cultural

1 - ABUELOS HOY - ALGARROBO VIDEO CABLE - ALGARROBO, 2 - LAS ROSAS Y SU GENTE - CANAL 4 LAS ROSAS CABLEVISION - LAS ROSAS, 3 - CACHAPE VIAJERO - CABLE NORTE TELEVISION S.A. - APOSTOLES, 4 - AZUL ES CULTURA - CABLEVISION AZUL - AZUL, 5 - NUEVO CINE ARGENTINO - CANAL DE LA CIUDAD - CIUDAD DE BUENOS AIRES, 6 - COLECTIVO IMAGINARIO - TN - TODO NOTICIAS - CIUDAD DE BUENOS AIRES, 6 - CONTINUARA...HISTORIA DE LA HISTORIETA ARGENTINA - CANAL ENCUENTRO - CIUDAD DE BUENOS AIRES, 6 - HOMBRES POR MUJERES - CANAL (á) - CIUDAD DE BUENOS AIRES, 6 - MUSICA EN MIS MANOS - QUIERO MUSICA EN MI IDIOMA - CIUDAD DE BUENOS AIRES.

Deportivo

1 - MOMENTO COMPARTIDO - CENTENARIO CLUB BLANCO Y NEGRO - CABLEVISION ALCORTA - ALCORTA, 1 - QUORUM PROPIO - CANAL 2 DE SAN CAYETANO - SAN CAYETANO, 2 - APAC 2014 - SOMOS AYACUCHO - AYACUCHO, 3 - PASION INTERIOR - CABLEVISION S.A. - CORONEL SUAREZ - CORONEL SUAREZ, 4 - SEMANA DEPORTIVA - TV FUEGO S.A. - RIO GRANDE, 5 - BUENOS AIRES EN CARRERA - CANAL DE LA CIUDAD - CIUDAD DE BUENOS AIRES, 5 - MMA SPORT - TIGO SPORTS - ASUNCION.

Documental

1 - SEMILLA DE AMOR - CANAL 2 - MULTIMEDIO SAN GUILLERMO - SAN GUILLERMO, 2 - TANICU - CANAL 2 - CABLE NORTE VIDEO S.R.L. - CERES, 3 - HORACIO QUIROGA, EL DESTERRADO - CABLE NORTE TELEVISION S.A. - LEANDRO N. ALEM, 4 - AYER, HOY Y SIEMPRE - SOMOS PERGAMINO - PERGAMINO, 5 - LOS FUTURISTAS - CANAL DE LA CIUDAD - CIUDAD DE BUENOS AIRES, 6 - GLADIADORES DEL FUTBOL (MARADONA - PELE) - THE HISTORY CHANNEL - CIUDAD DE BUENOS AIRES, 6 - MORENO, LA PATAGONIA AL LIMITE - CONEXION EDUCATIVA - CIUDAD DE BUENOS AIRES.

Educativo

1 - CONOCER MAS - CABLEMAX - AREQUITO, 2 - LENGUA POPULAR - CANAL 2 - CABLE NORTE VIDEO S.R.L. - CERES, 3 - JUNTOS, A LA PAR - TV REGIONAL - SAN LORENZO, 4 - IN HAUS - SOMOS RAFAELA - RAFAELA, 5 - ELEMENTO VITAL. EL AGUA EN EL SIGLO XXI (CAPITULO: INUNDACION) - SOMOS LA PLATA, BERISSO Y ENSENADA - LA PLATA, 5 - UNS TV - SOMOS BAHIA - CABLEVISION - BAHIA BLANCA, 6 - A PRUEBA DE CIENCIA "PINTURAS BACTERICIDAS" - CONSTRUIR TV - CIUDAD DE BUENOS AIRES, 6 - CONCEPTOS - CANAL (á) - CIUDAD DE BUENOS AIRES.

Ficción

3 - INDEFENSA PROPIA - CABLEVISION CASILDA - CASILDA, 5 - LAS COSAS EN SU LUGAR - CABLEVISION CORRIENTES - CORRIENTES, 6 - O NEGOCIO - TEMPORADA 1 - EPISODIO 1 - HBO LATIN AMERICA - CORAL GABLES, 6 - PROFUGOS - TEMPORADA 2 - EPISODIO 1 - HBO LATIN AMERICA - CORAL GABLES, 6 - PSI - TEMPORADA 1 - EPISODIO 12 - HBO LATIN AMERICA - CORAL GABLES.

Infantil

1 - QUISQUILLOSOS - CABLEMAX - AREQUITO, 3 - CODIGO VERDE - CABLE NORTE TELEVISION S.A. - LEANDRO N. ALEM, 5 - EL REINO DEL REYES - CANAL 7 CHUBUT TV - RAWSON, 6 - ¿Y AHORA QUE? - CANAL PAKA PAKA - CIUDAD DE BUENOS AIRES, 6 - VELOZ MENTE - TEMPORADA 3 - DISCOVERY KIDS LATIN AMERICA - MIAMI.

Interés General

1 - SEMEJANZAS - CANAL 2 - CAÑADA ROSQUIN, 2 - PROYECTO COLECTIVO. CULTURA DE PUEBLO - TVCOOP - JUSTINIANO POSSE, 3 - GPS TV GUIADOS X SIEMPRE - CANAL 04 - PINAMAR, 3 - LA MAREA - CANAL 2 VILLA GESELL - VILLA GESELL, 4 - 2983 TEVE - CELTA TV - TRES ARROYOS, 4 - COCINANDO CON OLGA - CANAL 2 - TRES ARROYOS TELEVISORA COLOR S.A. - TRES ARROYOS, 5 - EL MUNDO NOS MIRA - CANAL DE LA CIUDAD - CIUDAD DE BUENOS AIRES, 5 - HACETE DE OLIVA - CANAL DE LA CIUDAD - CIUDAD DE BUENOS AIRES, 6 - DIARIOS DE MOTONETA - TN - TODO NOTICIAS - CIUDAD DE BUENOS AIRES, 6 - DICEN QUE DICEN CON ALBERTO LOTUF - METRO - CIUDAD DE BUENOS AIRES

Musical

1 - EL PATIO DEL GORDO - CANAL 3 TACURAL - TACURAL, 2 - 11° FESTIVAL SELVA PORTAL DEL NOA - CANAL 2 - CABLE NORTE VIDEO S.R.L. - CERES, 3 - CONCIERTO AYSEDENIZ GOKCIN - CABLEVISION CHACABUCO - CHACABUCO, 5 - EL ENSAYO - SOMOS ZONA NORTE - CIUDAD DE BUENOS AIRES, 5 - LA BUSQUEDA - CANAL DE LA CIUDAD - CIUDAD DE BUENOS AIRES, 6 - HOMENAJE A ALBERTO CASTILLO - TANGO CITY - SOLO TANGO - CIUDAD DE BUENOS AIRES, 6 - LA VIOLA - TN - TODO NOTICIAS - CIUDAD DE BUENOS AIRES

Periodístico de Opinión

1 - EL BLOQUE LEGAL - SAN JOSE VIDEO CABLE - SAN JOSE DE LA ESQUINA, 2 - EL AGORA - CANAL 2 - CABLE NORTE VIDEO S.R.L. - CERES, 3 - NEXOS - CANAL 2 VILLA GESELL - VILLA GESELL, 4 - CURIOSOS DEL PODER - CABLE TELEVISORA COLOR - SAN RAFAEL, 4 - TERRITORIO POLITICO - SOMOS GUALEGUAYCHU - GUALEGUAYCHU, 5 - LA CLASE - CANAL DE LA CIUDAD - CIUDAD DE BUENOS AIRES, 5 - REGION NORTE - SOMOS ZONA NORTE - CIUDAD DE BUENOS AIRES, 6 - OTRO TEMA - TN - TODO NOTICIAS - CIUDAD DE BUENOS AIRES.

Periodístico Informativo (Noticiero)

1 - INFORME 2 - CANAL 2 - CABLENET - SAN VICENTE, 2 - INFORMA 2 - TVCOOP - JUSTINIANO POSSE, 3 - ALDEA GLOBAL SEMANAL - CABLE TELEVISION S.R.L. - COLON, 3 - SOMOS NOTICIAS - SOMOS BALCARCE (SEÑAL 2 DE CABLEVISION) - BALCARCE, 4 - SOMOS NOTICIAS - SOMOS PERGAMINO - PERGAMINO, 5 - NOTICIERO UNICANAL - UNICANAL - ASUNCION, 6 - TN INTERNACIONAL - TN - TODO NOTICIAS - CIUDAD DE BUENOS AIRES.

Promocional

1 - MOMENTO COMPARTIDO - EEPI 1320 POR MAS INCLUSION - CABLEVISION ALCORTA - ALCORTA, 2 - CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DEL BULLYING - CANAL 2 CABLEVISION S.A. - EL TREBOL, 3 - TRAILER DE "HORACIO QUIROGA EL DESTERRADO" - CABLE NORTE TELEVISION S.A. - LEANDRO N. ALEM, 4 - DIBUJANDO LA NAVIDAD - TV FUEGO S.A. - RIO GRANDE, 5 - R20 INFORMATIVO GASTRONOMICO - SOMOS ROSARIO - ROSARIO, 6 - MUNDIAL BRASIL 2014 - SPOT PREDICCIONES STEVE: URUGUAY - INGLATERRA - DISNEY XD - VICENTE LOPEZ, 6 - TOMA 2 CON PHINEAS Y FERB - INVITADO: JAVIER MASCHERANO - DISNEY XD - DISNEY CHANNEL - VICENTE LOPEZ.



# Diez años de show y negocios en Chile

SE LLEVÓ A CABO LA 10ª EDICIÓN DE CHILE MEDIA SHOW, EL EVENTO QUE REÚNE A LOS ACTORES DEL SECTOR DEL ENTRETENIMIENTO, LA TV Y LAS TELECOMUNICACIONES DE ESE PAÍS.



El 18 y 19 de noviembre últimos tuvo lugar en el Hotel Intercontinental de Santiago de Chile una nueva edición de Chile Media Show Summit, que cumplió en esta ocasión diez años. Participaron diversas empresas y profesionales de la industria, ya sea en su carácter de expositores, sponsors, conferencistas y público asistente.

En el discurso de apertura, María Soto, en nombre de los organizadores, expresó: *"Chile Media Show retorna a la ciudad de Santiago festejando sus 10 años para posicionarse como un evento ineludible de integración y confrontación de diversas realidades que describen una industria en próspero desarrollo. La búsqueda de nuevos liderazgos y un replanteo de los paradigmas existentes son el nuevo escenario para la regulación, la responsabilidad social, la TV digital, la lucha contra la piratería, las oportunidades de negocios y las nuevas plataformas que marcan un contexto único"*.

Chile es un país que se encuentra en los primeros lugares en consumo de películas o series online. Mientras el 84 % de los individuos que poseen banda ancha en Latinoamérica han visto series o películas a través de esta modalidad, Chile alcanza a un 90%. La cantidad promedio de dispositivos inteligentes y Smartphones en este país alcanza el 5,6%; o sea que en comparación con el resto de América Latina, Chile se encuentra entre los países con mayor porcentaje de uso de esta tecnología.

Tanto la exposición comercial como el programa de conferencias sirvieron para crear y afianzar relaciones entre operadores, proveedores, expertos, funcionarios y el resto de los actores del mercado.

Los desafíos que plantean las nuevas tec-

nologías, con la infinita cantidad de opciones que ofrece, fue motivo de uno de los paneles que generó mayor atención. El cambio de los hábitos de consumo que traen aparejados estos avances es uno de los temas que tiene más ocupados en esta etapa a todos los integrantes de la industria audiovisual.

Uno de los disertantes fue Carlos Ignacio Giraldo, Director de Ingeniería de Clientes de Intemexa Chile. Según explicó, el televisor sigue siendo el principal centro de entretenimiento del hogar, pero ya no es el único. Otros dispositivos comienzan a disputarle ese espacio: el smartphone, la PC, la tablet, la consola de juegos y otros.

*"Lo importante del multipantalla -señaló Giraldo- es que ahora el consumo de contenido es simultáneo: según un estudio de Google, el 77% de los usuarios consumen contenido a través de otro dispositivo a la vez que miran televisión. El más utilizado es el smartphone, seguramente porque es el más difundido"*.

*Según el especialista, las estrategias de marketing tienen que apuntar a todos los dispositivos por igual. "Ya no se puede pensar solamente en la pauta de TV", apuntó. En ese sentido, aseguró que "independientemente de que utilicen una pantalla u otra, los consumidores siempre van a ver publicidad"*.

También marcó una diferencia: mientras el televisor es el que reúne, otros dispositivos como el smartphone son individuales, más de intimidad. En Chile, detalló, el 75% de las personas que tienen Internet está la mitad del día conectada. Y el 25% está el 80% del tiempo conectada. El mayor movilizador de datos en las redes sociales hoy ya es el

video.

*"Por eso va a prevalecer aquel que tenga la capacidad de transportar todo el contenido audiovisual que los usuarios demandan", concluyó.*

Por su parte Luis C. Endara III, Director de Ventas para América Latina y el Caribe de Orban, de Panamá, afirmó que *"los nuevos hábitos y posibilidades de consumo se conjugan con los avances tecnológicos"*.

El disertante recordó, por ejemplo: *"Hace algunas décadas las transmisiones de TV comenzaban al mediodía. Para cambiar de canal había que pararse. Y a la noche, después de cenar, la familia se sentaba a escuchar la radio". Lo comparó con lo que sucede ahora: "Mi ahijada de 4 años maneja el ipad y yo tengo Google Glasses"*

## Contra la piratería

La esperada conferencia de CERTAL sobre piratería se realizó a sala llena. La misma focalizó en las acciones llevadas adelante por DirecTV Chile, FOX, ATVC y Cablevisión Argentina. Pero sin dudas lo relevante del día fue el anuncio de un acuerdo entre TEPAL y CERTAL para el combate a la piratería.

El acuerdo anunciado por Humberto García, Secretario General de TEPAL, y Pablo Scotellaro, Presidente Ejecutivo de CERTAL, se firmó luego en la ciudad de Roma, el 4 de diciembre, durante la 5ª Cumbre Mundial realizada por CERTAL. Según Humberto García, *"el acuerdo entre ambas instituciones permitirá unificar las relaciones con los gobiernos para que haya un mejor desarrollo de la industria. El foco se hará en el libre desenvolvimiento y operación de las empresas y promover mejores leyes que apoyen el desarrollo de las telecomunicacio-*



Sergio Piris

# dibox One el nuevo producto en materia de servicios digitales de Red Intercable



**dibox One suma una alternativa de contenidos que permite al cableoperador:**

Incrementar sustancialmente la oferta de señales digitales SD y HD con 32 nuevas posiciones.

Planificar su crecimiento con una mínima inversión y tener financiamiento en cuotas fijas y en pesos.

Posicionarse para incursionar en un entorno IPTV.

Incentivar el consumo de contenidos lineales Premium.

**dibox One, un servicio con dinámica de futuro.**

**diboxone**



Luis Endara, Carlos Giraldo y Humberto García Ferro

nes”, expresó.

En el desarrollo de la conferencia, Daniel Celentano, Tesorero de la ATVC, habló sobre -como él lo denominó- los mitos y leyendas urbanas de la piratería: “Desde que tengo uso de razón la piratería ha formado parte de la industria, y parecía ser solo un problema del operador de cable. Pero hoy día, es una actividad ilícita que perjudica de forma transversal a toda la industria: a los operadores, a los proveedores de contenido y a todos los sectores involucrados”. El ejecutivo aseguró que los esfuerzos para combatirla “son parciales, y no hay una acción orgánica y organizada para enfrentarla”, en momentos que hay “nuevas maneras de acceder a contenidos de forma ilegal”.

También señaló que Argentina no tiene una legislación contra la piratería: “En 2004 hubo un proyecto, pero luego perdió estado parlamentario. Tampoco fue posible introducir un artículo contra estos ilícitos dentro de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual”.

Otro punto que destacó Celentano fue que la piratería atraviesa todos los sectores sociales: “No es cierto que la clandestinidad sea exclusiva de los sectores sociales de bajos recursos, sino que se reproduce en toda la sociedad, más allá del poder adquisitivo”, destacó.

Otros conceptos vertidos por el representante de la ATVC estuvieron relacionados

con el rol de los propios cableoperadores: “La empresa es la primera que debe informar a su gente que apropiarse del servicio sin pagar es ilícito. Muchas veces estas conductas parten de empleados o ex empleados que luego comienzan a hacer conexiones clandestinas. Toda la compañía debe estar concientizada. Es muy importante el servicio de atención al cliente y el área de Recursos Humanos”.

Además, agregó: “Cada uno debe poner su parte en esta lucha contra la piratería. El gremio debe colaborar también. No estamos trabajando lo suficiente en ese punto. Lo mismo sucede con las sociedades de gestión colectiva: no logramos que los actores, directores y músicos se sumen a la difusión a pesar de que este tema les afecta sensiblemente a ellos también”.

Por último, apuntó a los sectores políticos y judiciales: “Tampoco hemos podido convencer al poder político de legislar penalmente este tema. Hay que involucrar también a las fuerzas de seguridad y a los funcionarios judiciales. A veces es difícil iniciar una causa porque el juez no sabe de qué se está hablando. Es fundamental la capacitación”. Finalmente, expresó: “Hay que encarar todo esto en forma conjunta y progresiva, ir midiendo los resultados y hacer los ajustes necesarios a medida que se va avanzando. La digitalización ayuda pero no resuelve definitivamente el problema”.

La abogada de DirecTV Chile, Paola Covarrubias, aseguró que hay una “actividad y competencia paralela” entrando al país 200.000 decodificadores FTA (Free to Air) ilegales a un precio de US\$ 30, realizándose su venta en US\$ 300. Según la abogada, los FTA “están minando el crecimiento”, y la piratería “demostró ser una amenaza capaz de frenar el desarrollo de la industria”. Covarrubias también aseguró que “necesitamos que el Estado chileno responda efectivamente contra la piratería ilegal de FTA y una legislación que ayude a frenarlos”.

A su turno Daniel Steinmetz, Chief Antipiracy Officer de Fox, señaló que los objetivos



Daniel Celentano, Paola Covarrubias, Luis Endara y Daniel Steinmetz

de la empresa son “realizar todo tipo de acciones necesarias para terminar con la piratería”. Desde la compañía se viene trabajando en planes de acciones preventivas y reactivas. Dentro de las preventivas, las más importantes son “educar, capacitar y generar una agenda pública con propuestas para proteger la propiedad intelectual”, detalló.

En la segunda parte del panel Sergio Piris, Jefe de Asuntos Legales de Cablevisión y Presidente del capítulo CERTAL Argentina destacó que esta entidad “fomenta la integración del sector público y privado para luchar contra la clandestinidad”. Según sostuvo, “una empresa que cumple con sus obligaciones, que crea puestos de trabajo, que paga sus impuestos, tiene derecho a ser escuchada”.

“El Estado pierde muchos ingresos por la piratería. No sé por qué el Estado no está preocupado por perseguir esta acción”, se preguntó.

Sin embargo, “no hay que quedarse reclamando. Nosotros en Argentina por ejemplo hemos capacitado a integrantes del Poder Judicial de la Ciudad de Buenos Aires”, comentó Piris, quien alentó a no descuidar la lucha contra las acciones que están fuera de la legalidad.

## Fiesta en TVN

Como todos los años, los principales auspiciantes de Chile Media Show -TVN y FOX- recibieron a los participantes en las instalaciones de Televisión Nacional de Chile. La fiesta estuvo coronada por la presencia de la nueva Directora Ejecutiva de TVN, Carmen Gloria López Moure, Alexis Piwonka, también de TVN, Fernando Gualda, de FOX, ejecutivos de la industria, expositores y clientes. Carmen Gloria López dio una palabra de bienvenida asegurando que “es un honor que TVN pue-

da recibir a todos los participantes en su casa”, y recalando el “gran trabajo” que se viene realizando para potenciar a la industria de la televisión abierta y de pago en Chile y la región.

Pablo Scotellaro, Presidente Ejecutivo de CERTAL, también dijo unas palabras junto a Fernando Gualda de FOX. Ambos coincidieron en que “hay que potenciar el evento para el próximo año, donde sin duda Chile tiene un gran mercado que debe participar de un evento tan importante para la industria audiovisual”.



Fiesta TVN; Carmen Gloria López Moure

## Galería de fotos



Carlos Galdamez, Coolhunting  
y Waldemar Deus de Canal U



Christian Podestá de ESPN



Internexa: Carlos Giraldo, María González Díaz, Luis Felipe Ochoa y Marcelo Eltit



Juan Carlos Valdebenito  
de Biocable Sur y Rodrigo  
Alvarado de Fox



Juan Ramón García Bish



Juan Ybarra y Hernán Chiofalo  
de TyC Sports



Marcelo Bresca de Televisa  
y Cristian Zuleta Vega de TV  
Cables de Chile



María Cecilia Cruz y Mauricio  
Echeverri de Tumer



Maía Visión: Antonio Martín e Israel Cervantes



Pablo Zehle y Laura Zárate de AZTV



Pompeyo Pino de RFI



Roberto Maury de Videoswitch



Sergio Canavese de Discovery



María Florencia Geoghegan de AMC

# TV Chile llegará en HD a la región

LA SEÑAL INTERNACIONAL DE TVN, QUE YA SE EMITE EN ESA MODALIDAD EN ESTADOS UNIDOS, ESTARÁ DISPONIBLE TAMBIÉN PARA LOS CABLEOPERADORES LATINOAMERICANOS EN 2015.



TV Chile Internacional es una de las señales históricas de la TV paga latinoamericana. A tono con los tiempos, comenzó a producir y emitir su canal en alta definición. Sin embargo, hasta el momento esa versión solo se puede ver en Estados Unidos, donde llega a través de fibra óptica. Según comenta en diálogo con la Revista ATVC Alexis Piwonka, Subgerente de Gestión y Negocios, en el primer trimestre del próximo año la subirán al satélite y estará disponible también para los operadores latinoamericanos. *"Esperamos que tenga una buena recepción y la incorporen a sus grillas"*, expresa el ejecutivo.



Alexis Piwonka

La programación de TV Chile Internacional está conformada, en buena parte, por lo que se ve en la señal nacional de TVN. *"Por eso uno de los puntos fuertes de la señal internacional es que tiene programación fresca y en directo todos los días. Eso es una gran fortaleza. No es invasado, es programación en vivo y en directo"*, asegura Piwonka. También hay programas que se hacen especialmente para TV Chile. Uno de ellos es Conectados que va de lunes a viernes por la tarde. Un programa en vivo que pretende conectar a

las audiencias latinas en toda la región. *"Tiene mucha interacción. La gente llama por teléfono, vía Skype principalmente, y no son solamente chilenos, sino que son latinos que quieren comunicarse con el programa para opinar sobre distintos temas con los cuales se sienten identificados y desean opinar. El programa tiene alta audiencia y mucho feedback en las redes sociales"*, detalla el entrevistado.

*"Otro programa propio de TV Chile es Expedición América, un programa de turismo aventura en alta definición, con muy buenas imágenes, muy entretenido de ver. Y recorreremos los distintos países de Latinoamérica mostrando sus bellezas naturales, sus atractivos turísticos"*, agrega.

Un aspecto que ayuda a los programadores de la señal es que, con la aparición de las redes sociales, existe un termómetro para saber qué le gusta a la gente o no y, a partir de eso, hacer las modificaciones necesarias. *"Nosotros les prestamos mucha atención. Tenemos un equipo trabajando en Twitter, en Facebook, en Instagram también. Y obviamente el tradicional mail, que la gente nos sigue mandando. Se meten en nuestra página web y mandan mensajes desde ahí"*, explica Piwonka.

## La unión hizo la fuerza



Cristián Zuleta Vega

Los cables independientes chilenos cuentan desde 2005 con la sociedad TV Cables de Chile, que les ha permitido desde entonces adquirir programación a precios razonables, cosa que para muchos de ellos era imposible por la escasa cantidad de abonados. Según señala el titular de esta asociación, Cristián Zuleta Vega (del sistema Inet),

al momento cuentan con 50 cableoperadores miembros, con un total de más de 60.000 suscriptores desde la X hasta la IV Región. TV Cables de Chile es una Sociedad Anónima creada para estos fines, pero a la vez sus miembros están conformando una asociación gremial que defienda sus intereses ante las instancias que correspondan. Zuleta asegura que agruparse de esta manera para comprar programación dio buen resultado: *"Si negociáramos independientemente, se nos haría imposible contratar ciertas señales. De tal manera que la unión nos ha dado esa fortaleza. El objetivo fue comprar contenidos como corresponde, especificando claramente cuántos suscriptores tiene cada uno de nuestros asociados, de tal manera que no hay una subdeclaración ni mucho menos. Se establece un contrato genérico y a la vez uno particular por cada uno de los que está ingresando. De esa manera a nadie le quedan*

*dudas"*.

Según afirma, los próximos objetivos de TV Cables de Chile son tres. El primero es negociar también compras de grandes volúmenes de servicios de Internet dedicado, tal como se hizo con la programación. El segundo, limpiar el mercado de operaciones irregulares. *"En nuestra asociación no puede haber cables irregulares o que transmitan señal ilegalmente. Nos hemos comprometido mucho con ese tema porque también la piratería nos afecta directamente a nosotros"*, asegura.

*"Por último, estamos viendo fórmulas para tratar de generar desarrollos tecnológicos en forma conjunta, tanto por el lado de la digitalización como la creación de OTT entre todos los asociados, y canales de televisión que se transmitan por todos los sistemas que integran la sociedad, vendiendo publicidad para obtener ingresos"*, detalla a continuación.

# SOS PARTE DE UN SINDICATO QUE CRECE



**Sindicato Argentino de Televisión**  
Telecomunicaciones, Servicios Audiovisuales, Interactivos y de Datos

**EL SINDICATO  
DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS**

# Sony presentó sus cámaras

VIDITEC Y SONY PSLA ANUNCIARON EL LANZAMIENTO DE LAS CÁMARAS PXW-FS7 Y LA ALPHA 7S.



Con un evento para la prensa especializada, se dieron a conocer las características de dos productos de Sony que Viditec introduce en el mercado local. Eduardo De Nucci, Director de Ventas & Marketing de Viditec estuvo a cargo de la bienvenida, para luego cederle la palabra a Andrew Nelles, Senior Marketing Manager Broadcast de Sony PSLA, quien se refirió a la FS7. El ejecutivo destacó que representa una generación nueva de cámaras que han estado ampliando sobre la base de sus productos cinematográficos y de video, y que en cierta forma ha surgido a partir de las sugerencias y necesidades de los propios usuarios de su línea de camcorders.

El encargado de la presentación técnica fue Samuel Fares, Product Manager de Sony PSLA, se encargó de enumerar las virtudes de la nueva cámara 4K PXW-FS7, tales como su diseño ligero y ergo-



Samuel Fares

nómico, y destacar que es una cámara apta para que la utilice una sola persona aun en condiciones extremas. También se refirió el sensor 4K Exmor CMOS Super de 35 mm de alta sensibilidad, compatible con la grabación de imágenes en movimiento 4K, así como los sistemas del visor y del brazo que son ajustables.

Por otra parte, remarcó que la cámara admite varios formatos, incluidos XAVC Intra y Long GOP, complementándose con la unidad de extensión XDCA-FS7 para compatibilidad con grabación. Fares explicó que también cuenta con unidad de filtro ND incorporada y salida RAW para grabación RAW 4K/2K externa. También afirmó que ofrece compatibilidad con grabación multicámara, ya que puede grabar en cámara super lenta continua y viene con el software Catalyst Browse de Sony.

En cuanto a la nueva Alpha 7S, expresó

que se trata de una cámara de fotografía diseñada para video que, como gran novedad, presenta un nuevo sensor de fotograma completo capaz de enviar toda la información de píxeles sin realizar pixel binning a través de una salida de video HDMI para video y 4K (QFHD: 3840 x 2160). Entre las principales características de este modelo se destacan su elevada ISO 50-409600 (100-102400 de forma nativa) con funciones de video profesionales como la grabación XAVC S Full HD a 50Mbps, códigos de tiempo y entradas opcionales de audio XLR.

Asimismo, resaltó su gran rango de sensibilidades ISO que permite velocidades de disparo más rápidas al fotografiar con poca luz, rendimiento mejorado del Enfoque Automático Rápido Inteligente, con iluminaciones tan bajas como EV-4. Esta cámara también puede ofrecer video a resolución 4K a través de su conector HDMI con muestreo de color 4:2:2, para grabar sobre un dispositivo de almacenamiento externo o visualizar en un monitor compatible.

## Las novedades de Gold Dreams



Una de las compañías que está desarrollando una tarea muy activa en el mercado es Gold Dreams. En diálogo con la revista ATVC su director Pablo López señaló: "Esta industria es muy particular, hay que trabajar 5 años adelante y hacer negocios hoy para sustentar el liderazgo, el cambio de plataformas de transmisión, la forma en la que el usuario busca y consume contenido, son los puntos centrales en este momento".

Dentro de este contexto, Gold Dreams presentó durante la última edición de Caper la plataforma Quanna.tv, la cual que tiene el objetivo de dar la posibilidad de transportar y recibir contenido multimedia en Full HD desde y hacia cualquier parte del planeta. Es un servicio de suscripción gratuita, y accesible desde cualquier dispositivo móvil. "Hoy en día es normal ver contenidos de muy buena calidad- ya sea generados por usuarios comunes o por cadenas de TV- pero con baja capacidad de viralización al mundo. Quanna.tv conjuga mayor calidad de video. Los datos que se transportan en la plataforma son mínimos, y pueden ser visualizados desde cualquier conexión de Internet, inclusive desde smartphones". El ejecu-

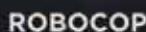


Pablo López

tivo agregó: "La infraestructura ha dejado de ser un problema, la tecnología de transmisión video de estas plataforma soporta una cantidad ilimitada de conexiones concurrente, sin afectar la calidad, convirtiéndose así es la solución definitiva para que los contenidos lleguen a todo el mundo en Full Hd, sin cortes y sin interrupciones".

Por otra parte, López se refirió a las líneas de productos que ofrece Gold Dreams: "Los Tricasters de New Tec fueron sensación, así como las nuevas propuestas de Blackmagic Design, que despertaron el interés de muchos profesionales y las nuevas pantallas capturaron la atención de profesionales y acompañantes. También quiero destacar una moto que mediante una cámara Go Pro Hero, permitía hacer transmisiones en vivo en HD".

Para finalizar, comentó que su compañía apuesta a la comunicación directa con usuarios y clientes, para mantenerlos informados en un escenario de cambios permanentes y profundos. Lo hace a través de los blogs <http://imagenempresadora.com>, <http://comunidadgolddreams.com> y <http://comunidadquanna.com>.



ROBOCOP



RIO 2



X-MEN

HD+PREMIUM+PLAY

FOX+

EL NUEVO PAQUETE PREMIUM DE FOX

→ SUMA A TUS SUSCRIPTORES A FOX+.  
DISFRUTA LA EXPERIENCIA FOX, COMPLETA.

▶ [foxplay.com](http://foxplay.com)

FOX1  
HD

FOXACTION  
HD

FOXcomedy  
HD

FOXMOVIES  
HD

FOXfamily  
HD

FOXcinEMA

FOXClassics

FOXplay+

# Nuevo hotel de SATSAID

EL HOTEL IRÚ ESTÁ UBICADO EN PUERTO IGUAZÚ Y OFRECE LAS MAYORES COMODIDADES TANTO PARA VIAJEROS DE NEGOCIOS COMO PARA AQUELLOS QUE DESEAN DESCANSAR Y HACER TURISMO.



El Sindicato de Televisión, Telecomunicaciones, Servicios Audiovisuales, Interactivos y de Datos (SATSAID) tiene un nuevo hotel que fue inaugurado a mediados de octubre.

El mayor emprendimiento de la historia del gremio se inició en 2007 y contó con una inversión final de 200 millones de pesos. Lleva el nombre de Irú, que significa "compañero" en guaraní, en concordancia con el compromiso permanente que el sindicato y el Consejo Directivo Nacional, encabezado por el secretario general Horacio Arreceygor, manifiesta con los trabajadores.

Ubicado dentro de las 600 hectáreas de la selva Iryapú, a 15 minutos de la Cataratas y a 20 minutos del Aeropuerto, el hotel de 4 estrellas internacional ocupa un predio de 4,5 hectáreas,

cuenta con 100 amplias habitaciones cuidadosamente diseñadas y modernamente equipadas, sala de relax con spa, gimnasio, 3 salas de reuniones, piscina, restaurant y salón de convenciones.

En toda su concepción, el diseño arquitectónico del Irú logró integrarse al entorno natural de la selva y su ecosistema, tanto en lo visual como en el esfuerzo por minimizar el impacto de la construcción sobre el medioambiente. Este emprendimiento cumple con las normas del turismo ecológico y el respeto por las leyes laborales.

El Irú durante su construcción generó casi un centenar de puestos de trabajo permanentes y genuinos para los ciudadanos de la zona y la industria del lugar.

La obra fue realizada con el aporte de

los afiliados, quienes contarán con tarifas especiales para disfrutar del máximo nivel de la hotelería, y será gerenciada por el Grupo Accorcon el fin de cumplir y mantener los estándares para competir en un destino turístico internacional como es Puerto Iguazú.

De este modo Hotel Irú asume también el nombre de Mercure, marca no estandarizada de Accor, operador hotelero líder en el mundo con más de 3600 hoteles en 92 países. Cada establecimiento ofrece una auténtica experiencia tanto para los viajeros de negocios como de ocio. La red Mercure cuenta con 707 hoteles en 53 países, representa una verdadera alternativa a los hoteles estándar o independientes y combina el poder de una red internacional con experiencia profesional y digital.





PREMIOS  
**ATVC**

## La creatividad **se premia** por Magazine

La espectacular celebración que cada año distingue a las mejores producciones nacionales y latinoamericanas de la televisión por cable.



**MAGAZINE**  
magazinetv.com

CANAL 15 CableVisión | CANAL 236 Direct TV | CANAL 73 Telered



# La clave de programar con contenido local

EN DIÁLOGO CON LA REVISTA ATVC, UN ALTO EJECUTIVO DE FOX EXPLICÓ CÓMO RESPONDEN LAS SEÑALES DE LA COMPAÑÍA A LAS DEMANDAS ACTUALES DE LA AUDIENCIA.



Gonzalo Fiure, SVP y Chief Content Officer de FIC Latin America, detalló en exclusiva cómo cambiaron las grillas regionales de sus canales, para profundizar en la creación de más contenido local. Entre otras cosas, explicó que la gratificación de producir contenido propio permite explotar los derechos en todas las plataformas.



**Gonzalo Fiure**

Fox International Channels (FIC) Latin America continúa firme profundizando el crecimiento con producciones locales realizadas en sus distintos mercados clave, más allá de las grandes licencias que emiten en la grilla de sus señales. *“Desde hace mucho tiempo venimos produciendo localmente, y con este tipo de contenidos logramos en 2013 ganarle a la televisión abierta en más de una región. Actualmente, la teoría de que el Cable compita contra el Cable, ya no pasa. El contenido local permite separarte de este universo y expandirte también a la TV abierta, porque todos*

*competimos contra todos”,* destacó Fiure.

Al respecto agregó que, cuando el contenido es producido localmente, pasa a ser bueno y de alta calidad confundiendo con el acostumbrado atributo de la TV abierta. *“En las grillas de nuestros canales ajustamos los programas de acuerdo al gusto de la audiencia en cada país. Hace mucho los canales tenían una mirada regional o internacional, pero hoy la mirada local es fundamental”,*

enfaticó.

Otra de las ventajas que existen al producir localmente que, si bien *“cuesta mucho más dinero que licenciar un producto, permite tener el propio contenido y todos los derechos en todas las ventanas”.*

FIC tiene equipos de producción basados en Argentina, México, Brasil, y Colombia a través de FoxTelecolombia. En Chile están grabando Sitiados, junto a su socio TVN.

En tanto, el entrevistado comentó el caso

de The Bridge – segunda temporada, por FX, una serie norteamericana *“que tiene casting mexicano, y por consecuencia termina siendo mucho más relevante en México. La tendencia que se ve también es que hay muchas series que vienen de Hollywood y tienen elencos latinos, con productores españoles”.*

## Producciones con perfil transmedia

*“Cuando pensamos un producto original, lo especulamos también desde el escenario multiplataforma. Todo se planifica desde antes de su lanzamiento para que también pertenezca a nuestra plataforma Fox Play, acompañado de una propuesta transmedia”,* expresó Fiure.

Asimismo, recaló que aún no cuentan con la monetización completa de sus contenidos, pero sí con la transmisión catch up con contenido asociado, y algunos spot de la TV tradicional en web o anuncios pre-rolls en videos. *“Vendemos televisión con un plus online incluido, pero siempre decimos que lo que vendemos nosotros son contactos, es decir, lo que les vendemos a los anunciantes es la cantidad de fanáticos que consumen nuestras marcas”,* concluyó.

# Los nuevos desafíos de ESPN



En el año del Mundial de Rugby, todas las señales se emitirán en formato HD y estarán disponibles linealmente en las plataformas de TV, Tablet y Smartphones de ESPN. Como es habitual en cada noviembre, la compañía realizó su tradicional Upfront en el Alvear Palace Hotel de Buenos Aires, ante unos 700 invitados, en el que presentó la programación y las novedades de todas sus plataformas para el 2015.

Guillermo Tabanera, Senior VP y Gerente General de ESPN Latinoamérica, destacó los 25 años que lleva la señal establecida en la región y las mil personas dedicadas a llevar los mejores contenidos deportivos. *“El 2014 fue un año excepcional para nosotros,*



*en el que superamos todas las metas y métricas en todos los aspectos. Lo que es hoy ESPN se lo debemos a todos ustedes. Estamos en un momento único para ampliar y amplificar nuestro alcance. El dinamismo de la industria nos obliga todos los años a invertir más y a ofrecer más y quiero destacar que el género deportivo está mejor posicionado que otros géneros para enfrentar los nuevos desafíos y nosotros como ESPN estamos en la mejor*

*posición para enfrentar esos desafíos. Nuestra esencia, desde el año 1989, sigue siendo la misma: producir contenidos deportivos. Nuestra misión, muy simple: entretener a través del deporte. Ya estamos preparados para el futuro. Todo nuestro contenido estará disponible en la máxima calidad posible el próximo año.”*



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

# La tecnología se expuso en Buenos Aires

EN OCTUBRE PASADO TUVO LUGAR UNA NUEVA EDICIÓN DE CAPER EN COSTA SALGUERO. NOVEDADES Y NEGOCIOS EN ESTA CLÁSICA FERIA DE LA INDUSTRIA.



Por vigésimo tercera vez los interesados en equipamiento y servicios para la industria audiovisual pudieron darse cita en CAPER, el evento que concentra a gran cantidad de proveedores de este segmento. La expo tuvo lugar del 29 al 31 de octubre y, como todos los años, incluyó temáticas como broadcast, cable, cine, satélite, audio e iluminación.

De acuerdo a lo informado por los organizadores, concurrieron este año 5573 asistentes, cifra algo menor a la de las últimas dos ediciones pero, de todos modos, significativa. Uno de cada diez visitantes provino del exterior, con fuerte presencia de los países limítrofes, especialmente Chile y Uruguay.

Entre los visitantes argentinos prevalecieron, por supuesto, los de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la provincia de Buenos Aires. Sin embargo, se notó una asistencia interesante también de distritos como Santa Fe, Córdoba y Entre Ríos. Los rubros de video y audio fueron los que generaron mayor interés y convocatoria, según la estadística.

Un dato importante: más del 80% de los visitantes de CAPER están involucrados en el proceso de compra de equipamiento en sus empresas. Por rubro, los que más presencia tuvieron entre los visitantes fueron Producción de TV, Cine o Video (18%), Educación e Investigación (10%), Emisoras de Cable y señales de TV (8%), Provisión de equipamiento (8%), Emisoras de radio (8%), Emisoras de TV (7%), Producción de Audio (5%) y Servicios de Telecomunicaciones e Internet (3%).

## Actividades de interés

El programa del evento prometía una serie de conferencias y presencias atractivas. Una de ellas fue la mesa redonda sobre Servicios OTT que se detalla en nota aparte. También el concurso de cortos, los profesionales de la ADF y otras.

De la 3ª Edición del Concurso de Cortos "Dogma Audiovisual" para estudiantes de Cine y Video participaron ocho instituciones educativas de la Ciudad de Buenos Aires: BAC (Buenos Aires

Comunicación), CIC (Centro de Investigación Cinematográfica), CIEVYC (Centro de Investigación y Experimentación en Video y Cine), ENERC (Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica), ISEC (Instituto Sudamericano para la Enseñanza de la Comunicación) e IUNA (Universidad Nacional de Arte).

El ISEC, por segundo año consecutivo, fue el Instituto ganador del evento ya que supo optimizar recursos y elementos en un corto de 1 minuto y medio que tenía como objetivo transmitir y difundir la actividad realizada por la ONG "Enseña por Argentina".

Otra actividad destacada fue la participación del Director de Fotografía de Relatos Salvajes, Javier Juliá, quien dictó una conferencia en la que compartió con el público la experiencia de haber trabajado en este film, explicando el desafío de unir seis relatos distintos en un mismo universo visual.

Por otra parte, el equipo de sonido de la película presentó un taller en el que el Jefe de Sonido Directo, Javier Farina, habló sobre las particularidades del rodaje, presentando material extra de los making of. Además, el Director de Sonido del film, José Luis Díaz, disertó sobre la post producción, los doblajes y el proceso de la película desde que se recibe el material del Director / Editor.

## La palabra del Presidente

Ricardo Solari, presidente de CAPER, se ocupó de destacar la importancia del evento y agradecer la presencia de 87 empresas expositoras, tanto nacionales como extranjeras. Destacó especialmente la confianza de los cinco expositores que estuvieron por primera vez en la feria. También mencionó el apoyo de diversos organismos gubernamentales, cámaras vinculadas a la actividad y medios de prensa especializados.

El ejecutivo describió a la feria como "una completísima exposición, con equipamiento tecnológico de última generación, y un amplio programa de actividades técnico-académicas, dictadas por verdaderos referentes de la industria audiovisual".



# Cuidar el negocio es explotar la oferta OTT

UNA CONFERENCIA FUE ÁMBITO DE EXPOSICIÓN DE DIVERSAS OPINIONES SOBRE UNA MODALIDAD CADA VEZ MÁS PRESENTE EN EL NEGOCIO DE LA DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS.



"Servicios OTTs: disrupción en el mercado de contenidos", fue el nombre de la charla ofrecida en el marco de Caper. El panel, moderado por el experto en TV digital Luis Valle, estuvo conformado por el ingeniero Juan Carlos Guidobono, ex gerente de Operaciones Técnicas de Artear, ex gerente de Tecnologías Audiovisuales del Grupo Clarín, ex director de Operaciones y Técnica de América TV y actual docente del Posgrado de TV Digital en la Universidad de Palermo; el licenciado Diego Rodríguez, ex gerente de Operaciones e IT y actual director Técnico de TV Everywhere de Fox International Channels Latin America; el ingeniero Horacio Martínez, VP de la Cámara Argentina de Internet; y el ingeniero Juan García Bish,

gerente de Ingeniería de Gigared.

La jornada se dio justo cuando empezaba a resonar en los medios el proyecto de Ley de Telecomunicaciones que el gobierno argentino envió al Congreso bajo el nombre de "Ley Argentina Digital". Dicho proyecto plantea impulsar que el Estado tenga poder sobre la telefonía celular, televisión por Cable e Internet. Esto, junto a la irrupción de Netflix y otros proveedores de streaming por Internet en la región, fueron algunos de los temas que se entrecruzaron en las disertaciones.

Valle abrió describiendo al OTT (Over-The Top) como "cualquier aplicación o servicio que se brinda por Internet y no utiliza los modelos de televisión tradicional". Guidobono, a su turno, explicó que "el usuario paga sin problemas por el contenido premium y no le molesta que, dentro del uso del OTT, aparezcan anunciantes impregnados en cada video", agregó el ingeniero.

Por su parte, Rodríguez describió un estudio que realizó con el objetivo de analizar la oferta actual de OTTs, en donde enumeró "más de 50 servicios diferentes en menos de una hora de exploración", especulando con la enorme cantidad que debe

existir a nivel global.

Asimismo, García Bish orientó a los presentes sobre cuál sería la estrategia del Cable frente a la oferta de los OTT. Mencionó que para proteger dicho negocio, hay que "crear cambios en los hábitos de consumo" y tomar conciencia que "la televisión tradicional siempre compite con todas las demás pantallas".

Al respecto, explicó que las modas de consumo por parte de la audiencia son diferentes según la edad. "Los adolescentes tienen poder directo de compra", remarcó García Bish, en el momento en que graficó que ya se ha pasado de la PC a la notebook, y que en la actualidad se está pasando de la notebook a la tablet. "Hoy, casi todos los cableoperadores argentinos están ofreciendo contenidos vía OTT. Mi recomendación, para que todo funcione correctamente, es que encuentren técnicamente un equilibrio entre el operador de contenidos, el operador de la red y el cliente", enfatizó el ingeniero. Además, explicó que "se está ingresando en la era de la Internet móvil".

Sobre el final del panel, Martínez concluyó alertando a los presentes con que "si las empresas no cuidan su oferta van a perder este negocio, y el riesgo es para todos".



## Novedades de Wellav



Durante la reciente edición de Caper, Viditec y Wellav Technologies presentaron el nuevo encoder multipantalla que permite, en una sola unidad de rack, tener hasta 70 perfiles de video partiendo de 10 servicios TS/IP.

Con este nuevo módulo trascodeo/trasrateo de Wellav se puede obtener hasta siete perfiles de video por cada señal de video live ingestada. De este modo se pueden ofrecer las diferentes definiciones de video (perfiles) requeridos por la gran diversidad de dispositivos utilizados para consumir video, desde teléfonos móviles, tablets, smart TV, etc.

También se exhibieron productos ya consolidados y de gran aceptación del mercado como son los receptores satelitales UMH-160 y las plataformas modulares DMP-900 de muy alta densidad de procesamiento.

Desde 2009 Wellav confía en Viditec la distribución exclusiva de su amplia línea de productos para headend digital. De este modo y durante este período Viditec comercializa y brinda soporte técnico cientos de productos que son utilizados a diario por una gran cantidad de clientes que van desde pequeños sistemas de Cable del interior hasta grandes grupos de comunicación capitalinos.

# 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



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

Nuestras marcas:

Envivio®

Blackmagicdesign

TERADEK

verimatrix

IBOX

G•I•G•A•S•A•T

## Furukawa completa un año de novedades



Cristian Ramirez

Como fabricante japonés de soluciones de cableado estructurado y redes ópticas en América Latina, Furukawa presenta en la región nuevos productos para el mercado como su solución conectada para redes de acceso basada principalmente en el ingreso desde la NAP al cliente con cables compactos, splitters conectados y conectores de campo. También exhibe la nueva solución de GPON y video overlay.

*"En Jornadas Internacionales pudimos enfocarnos especialmente en los operadores de TV Cable, presentando nuevas soluciones que desarrollamos para este mercado en particular. Nuestro stand fue visitado principalmente por*

*ejecutivos de diferentes países de Latinoamérica, algunos que luego nos encontraron también en Brasil en nuestro encuentro de triple play Furukawa Broadband Conference Trade Show", destacó Cristian Ramirez, Key Account Manager de Furukawa, especialista en FTTx.*

El directivo hizo referencia al evento realizado en octubre en la ciudad de Foz de Iguazú, Brasil, donde debatieron sobre nuevas tendencias y presentaron soluciones de infraestructura óptica para la oferta de multiservicios de datos, voz y video hasta la última milla, es decir, hasta el domicilio del usuario.

La compañía entiende que la fibra óptica es un activo y la destaca como la opción más adecuada para garantizar la calidad, seguridad y fácil y rápido acceso de los servicios triple play hasta la última milla.

Asimismo, exhibió en Caper toda su oferta de servicios, pero esta vez sumó un seminario sobre soluciones para redes de acceso, FTTx, infraestructuras y topologías de redes, denominado 'Fibra hasta a casa. Negocios en la era digital', que fue ofrecido por Orlando Brauss, Jr. Cybercom de Furukawa.

## Optertek continúa creciendo



Gonzalo Fiure

Optertek es una empresa familiar que ya lleva más de 10 años en el mercado. La compañía nació como desarrolladora de software para distintos tipos de negocios para luego focalizarse en la industria de televisión y radio. Entre la amplia gama de productos que ofrece Optertek, todos de industria nacional, se destaca el generador de caracteres Opter CG, que permite imprimir gráficos sobre video en tiempo real y que ofrece una gran cantidad de posibilidades de diseño, utilizando todo tipo de fuentes, sombras tridimensionales, transparencias, texturas, y composiciones multicapas. También se puede mencionar el Servidor de Video Opter Server, solución completa para la organización y armado de la programación de cualquier estación de TV, y la solución para emisoras de Radio Opter Ras (Radio Automation Software) que permite entre otras cosas el almacenamiento y reproducción de contenidos en vivo, o bien armar una programación automática.

Jorge Collazo, Socio Gerente de la compañía, en charla con la Revista ATVC, comentó que si bien por el momento la idea es seguir apuntando al mercado de los canales medianos y pequeños, uno de los objetivos del 2015 es incorporar los canales broadcast. *"Hemos sacado la línea Pro, la cual ofrece un nivel de estética y calidad mejorados dentro de las herramientas que ofrecemos en cada uno de nuestros productos para un mercado que es cada vez más exigente y que también nos permite apuntar a otro tipo de clientes, cuyas estaciones de TV son de mayor alcance".*

## Nueva sede de Interlink



En 2015 Interlink se trasladará al predio del nuevo Distrito Tecnológico de la ciudad de Rosario, Santa Fe, denominado ZONA I, junto al Polo Tecnológico de Rosario, el NAP de Rosario, y tal como lo hacen otras 40 empresas TIC de la región. *"En nuestra nueva sede tendremos más de 300 mts2 exclusivos, lo que nos permitirá incrementar el personal dentro del área de desarrollo y soporte corporativo",* señaló Eduardo Malisani, Gerente General.

La oferta de Interlink está compuesta por el software de Cache MiddleCast y la nueva versión de Flowdat. La compañía estuvo presente en Caper, presentando además las bondades del CMTSmodelo C3200, y ofreciendo la posibilidad de acceder a sus productos con variadas líneas de financiación con pagos fijos y en pesos argentinos.

*"Hemos anunciado el MiddleCast, el éxito de la segunda versión de Flowdat y el crecimiento en las ventas de CMTS, a pesar de las complicaciones sufridas en las importaciones. Este 2014 fue un año de grandes cambios en nuestra empresa no sólo de crecimiento en ventas, sino también en cantidad de clientes e inversiones",* destacó Malisani.

En tanto, confirmó que este año continuarán con su participación en el mercado internacional, haciendo fuerte presencia en la región CALA (Caribbean&LatinAmerica), comercializando sus sistemas de Software Flowdat y MiddleCast, además de seguir creciendo en el mercado argentino con sus servicios de telecomunicaciones.



Eduardo Malisani

## AMC se fortalece en México

AMC Networks International - Latin América anunció una importante expansión en México a través de plataformas de televisión paga líderes con el primer lanzamiento de Sundance Channel en el país y el debut de AMC. AMC Networks International llevó a cabo recientemente el rebranding de MGM Channel a AMC, una de las marcas más reconocidas y galardonadas de la televisión, conocida en Estados Unidos por "The Walking Dead", "Mad Men" y "Breaking Bad". Con el debut de AMC, la señal ha duplicado la distribución que presentaba MGM Channel. La noticia de hoy se presenta como la continuación del gran proceso de expansión de Sundance Channel en los últimos meses a través de Latinoamérica, incluyendo los recientes lanzamientos en seis nuevos territorios.

Eduardo Zulueta, Director General de AMC Networks International - Latin America & Iberia declaró: "Estos nuevos acuerdos con las plataformas de televisión paga más grande del país respaldan la creciente demanda de AMC, Sundance Channel y elgourmet en la región. Acabamos de duplicar la distribución de nuestras señales en México y tenemos ambiciosos planes de crecimiento para el resto de América Latina". Y agregó: "Tenemos un fuerte compromiso con la región, fortalecido con el mejoramiento en nuestra oferta de señales globalmente reconocidas y relevantes a nivel local".

Como parte de los nuevos acuerdos con PCTV en asociación con cientos de sistemas de cable a través de México, AMC y Sundance Channel lanzarán como canales lineales 24hs con servicio de video on demand (VOD). Este convenio incluye Megacable en Guadalajara y Telecable, perteneciente al Grupo Hevi.



## Discovery en los PROMAX



Discovery Networks Latin America/US Hispanic fue galardonada con 27 premios Promax/BDA por la alta calidad y creatividad en sus producciones de promoción de contenido, diseño y mercadeo. DLA/USH recibió 8 premios de oro, 12 de plata y 7 de bronce de 44 nominaciones, convirtiéndola en la empresa más condecorada en esta entrega de premios.

"Nos sentimos muy orgullosos por este reconocimiento de la industria a nuestras campañas y a nuestro talentoso equipo, cuya sensibilidad y amplio conocimiento del mercado latinoamericano hace posible la creación de iniciativas memorables con las que nuestra audiencia se siente ampliamente identificada", señaló Carolina Lightcap, Head of Content del portafolio de las 13 señales de Discovery Networks Latin America/US Hispanic.

Las categorías en las que Discovery obtuvo trofeos de oro son: Animal Planet - Separadores, Animal Planet - Edición, Animal Planet - Spot Promocional de Programa - Producción Propia (In-house), Discovery Networks - Campaña integrada de marca y vinculación con el consumidor al aire, Investigation Discovery - Series y campañas de separadores, Discovery Channel - Animación Promocional, TLC - Diseño y Dirección de Arte: Identidad al Aire, y Discovery Home & Health - Tipografía al Aire.

## Concurso de History



Más de 5841 emprendimientos latinoamericanos fueron presentados en el original concurso que lanzó History en el mes de julio, y como resultado fueron elegidas por el distinguido panel de jurados dos

propuestas que surgen de argentina entre las 10 mejores de la región. Juan Ramon Fretes (39 años) con su calzado deportivo para "abrigar discapacidades" y Humberto Pérez (54 años) con su reciclado del plástico para la fabricación de materiales para la construcción son las propuestas desde Argentina que compiten por el premio de 120.000 dólares que contribuirán en la financiación del mejor proyecto de impacto social.

El concurso Una idea para cambiar la historia es una iniciativa exclusiva de History, que busca reconocer y apoyar a los emprendedores que contribuyen al desarrollo y progreso de nuestras sociedades.

Tras un difícil proceso de selección History anunció el pasado 3 de

noviembre a los 10 semifinalistas elegidos por el distinguido grupo de jurados compuesto por la periodista argentina María Laura Santillán, el reconocido científico colombiano Dr. Jorge Reynolds, el presidente de la Asociación de Emprendedores en Chile Juan Pablo Swett, el periodista mexicano Pedro Ferriz de Con, el Rector de la UVM Dr. Bernardo González-Aréchiga y la doctora Patricia García, Decana de la Facultad de Salud Pública y Administración de la Universidad Cayetano Heredia de Perú.

La decisión quedó entonces en manos de la gente, que pudo votar al mejor proyecto a través de la web hasta el 30 de Noviembre. Pronto se conocerán los resultados.

Los proyectos argentinos seleccionados son ideas sociales y medio ambientales que se destacan por su viabilidad, potencialidad, impacto social y carácter innovador. La idea ABRIGANDO DISCAPACIDADES de Fretes busca integrar a chicos discapacitados a la sociedad mediante el desarrollo de un calzado deportivo para chicos de bajos recursos. Por su parte Humberto Pérez un apasionado del reciclaje y de la reutilización de materiales propone convertir los desechos plásticos contaminantes en materiales para la construcción de viviendas.

## Wire Tech, bien posicionado

EN LA COMPAÑÍA SEÑALAN QUE LA ROBUSTEZ DE SU INSERCIÓN EN EL MERCADO LE PERMITE SORTEAR LOS VAIVENES DEL MERCADO CON MENOS SOBRESALTOS.



Wire Tech, empresa nacional que se dedica fundamentalmente a la fabricación de cable coaxial, así como a envainar fibra óptica, estuvo presente en Caper. Su Gerente Técnico, Carlos Romo, comentó: "Ahora también estamos haciendo una nueva fibra de drop para redes FTTH, es decir, redes con fibra al hogar. Estas son redes de alta velocidad, hasta 10 megabits para cada usuario".



Carlos Romo

Además de la fibra de drop a la cual hace mención Romo, la empresa presentó una plataforma compacta óptica que reduce notablemente la cantidad de equipamiento en cabecera, así como un amplificador de fabricación propia de 1 giga.

"Wire Tech tiene la suerte de estar bien posicionado, por lo tanto se sienten menos los cimbronazos del momento que se vive actualmente en nuestra industria. Nosotros siempre estamos trayendo productos nuevos. Los clientes ya nos conocen y siempre se acercan a nuestro stand, y en términos generales siempre nos va bien aquí", afirmó Romo. "En nuestra empresa atendemos tanto al mercado de los grandes como de los más chicos, y con eso compensamos. De todas formas, dentro del mercado de los operadores más pequeños, hay muchos que no quieren quedarse atrás y siguen invirtiendo en la modernización de sus redes y los servicios que ofrecen, pensando los años que vienen", agregó.

En cuanto a las metas de la empresa, una de ellas es la búsqueda de nuevos fabricantes que permitan abaratar costos para los clientes pero sin sacrificar calidad: "Nosotros siempre estamos enfocados en las necesidades de nuestros clientes, y estamos permanentemente en la búsqueda de alternativas que les permitan modernizarse a un costo que les resulte accesible, manteniendo los estándares de calidad, obviamente".

Cabe puntualizar que, además de productos tanto de fabricación propia como de terceros, Wire Tech ofrece servicios de asesoramiento para redes nuevas y reposicionamiento de las actuales, así como también proyectos "llave en mano" y servicios de capacitación a través de cursos y seminarios locales y regionales.

## Llega Steren Electronics

El mercado latinoamericano tiene un nuevo jugador: Steren Electronics. Este proveedor de electrónica estará representado en la región por el grupo de consulta de ventas liderado por Joel Quiñones.

El grupo está conformado por Gerardo Zamorano para la región de México y Centroamérica, Fabian Meza para la región de Sudamérica y Horacio Orozco para la región de Brasil, junto a la operación completa en San Pablo conformada por Danilo Machado, Fernanda Dos Santos, Leonardo Menon, Manoel Amorin y José Carlos Díaz,



ofreciendo el mismo servicio al cliente.

"El objetivo de este cambio estratégico de fabricante es ampliar la línea de productos que hoy en día ofrecemos, manteniendo la calidad que esperan de nuestros productos y con la meta de siempre: mantener los costos entre los más agresivos de la industria, que sean beneficiosos para sus negociaciones", comenta

Quiñones.

La información sobre Steren y sus productos se puede consultar en el sitio web <http://www.steren.com>.

## La oferta para OTT de Nagra



En la industria de la televisión paga, que es altamente competitiva, el tiempo de comercialización a menudo se traduce en intentar capturar una nueva oportunidad comercial y adelantarse a la competencia en tiempo récord. Pero la velocidad no es todo en un mercado competitivo; es igualmente importante ofrecer una oferta superior para el consumidor mediante inversiones que

generen nuevos ingresos a fin de asegurar el éxito comercial.

La televisión de múltiples pantallas respaldada por un modelo innovador desarrollado en la nube está demostrando ser una manera inteligente de ahuyentar las restricciones tradicionales para enfocarse en el aspecto comercial del negocio, al lanzar rápidamente nuevos servicios a fin de capturar un nuevo segmento de mercado o recuperar una plataforma televisiva de broadcast existente con nuevas capacidades

llamativas de múltiples pantallas.

Por eso en IBC 2014 Nagra presentó los operadores de cable europeos que han elegido aprovechar los servicios MediaLive de NAGRA y en la nube de NAGRA, para lanzar en forma rápida nuevas ofertas en aproximadamente seis meses después de la decisión de compra. "Eso es rápido para cualquier estándar comercial", aseguran en la compañía.



# AVS se afianza con sus productos

A LA PLATAFORMA APPEAR TV, YA INSTALADA CON ÉXITO EN EL MERCADO, AGREGÓ PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS A TONO CON LAS NECESIDADES ACTUALES DE LOS CABLEROS.

Como representante de Appear TV, AVS continúa presentando esta plataforma que ya es utilizada en Argentina por muchos operadores de Cable. Según detalló Alejandro Perelman, titular de la compañía a la Revista ATVC durante el desarrollo de la última edición de CAPER, lo nuevo que están presentando es "una tarjeta para transcodificar, que tiene la capacidad de entrar con N cantidad de canales SD o HD y salir con otra cantidad con varios perfiles. Básicamente eso apuntando a lo que es OTT o también a bajar la cantidad de megabits de una señal que se recibe. Esta tarjeta permite hacerlo". "Según la versión de plataforma es la densidad que se puede obtener", explicó. "Esto es lo principal que hemos traído a la



Alejandro Perelman

exposición, y obviamente la plataforma de Appear TV, con todos sus módulos. Estamos mostrando salidas en distintos sistemas y también todas las entradas, sintonizadores para los diferentes estándares. En cuanto a enconders, trabajamos con Envivio y con alguna otra tercera marca cuando hay necesidad de que el presupuesto sea un poco más bajo", completó.

Consultado por la situación que atraviesa el cable en esta etapa, de acuerdo a lo que imponen tanto los avances tecnológicos como el deseo de los suscriptores, Perelman aseguró: "Estamos viendo que hay una ecuación que se le presenta al operador de cable, que es dar de baja servicios analógicos

para hacer lugar a una grilla digital con más HD. En ese aspecto, para los que cuentan ya con la plataforma de Appear TV, a través de Dibox o de otros proveedores con los cuales ha hecho integración, lo principal a tener en cuenta es que la plataforma permite el manejo de señales HD de una manera muy sencilla sin armar una infraestructura externa".

"En primer lugar el abonado tiene que aceptar dar de baja señales analógicas para darle lugar al HD. Pero el HD hay que saber manejarlo. Creo que la ventaja de tener el enco-der metido adentro de la plataforma es que aliviana la vida al operador de Cable. Es muy importante porque simplifica el soporte, simplifica la situación técnica en general. En ese aspecto Appear TV, que ya es una plataforma confiable de por sí, genera esta situación que a la larga es mejor servicio y mejor rentabilidad. Hay que medirlo a lo largo del tiempo, por supuesto", concluyó.

## Las novedades de Antenas Novus

Durante la reciente edición de Caper, Gustavo Ramos, representante de Antenas Novus, contó a Revista ATVC que actualmente la empresa está ofreciendo su equipamiento para redes ópticas pasivas: "Trabajamos todo lo que sean soluciones FTTH a través de BKTel, un proveedor de origen japonés. Ya hemos estado instalando equipamiento en estos meses, poniendo en marcha obras y capacitando a la gente para poder dejarlos a cargo de sus propias instalaciones". Estas soluciones incluyen, según señala, transmisores ópticos de alta potencia para grandes distancias, multiplexores, demultiplexores y unidades de usuario. "El cliente puede ser un operador de cable independiente, puede ser un MSO, puede ser un sistema de cualquier tamaño. Se evalúa cuál es la situación que tiene y, ante ella, se le plantea una solución que económicamente le sea rentable y provechosa. Por eso apuntamos a estudiar al cliente en conjunto y darle una solución", agrega.



Acompañado por Paulo Berriozabal Ussia, ejecutivo de BKTel, Ramos aclara que "en los casos en que el cliente debe hacer redes nuevas tratamos de que monten una plataforma a prueba de futuro, digamos. Que se puedan cambiar las modulaciones o las transferencias, pero que la plataforma que se monta perdure".

Un punto importante que ofrece Antenas Novus es la posibilidad de financiación, que en estos momentos se torna vital para muchos operadores: "Es complicado el tema pero nosotros estamos calificados en un banco y tenemos

esa posibilidad para lo que es capital de trabajo. Hace dos años que estamos trabajando de esa manera y funciona".

Respecto de lo que piden actualmente los operadores, comenta que "todos quieren de una u otra forma aplicar fibra porque saben que es el futuro y que lo anterior está quedando de lado. El tema es evaluar el momento para hacer el cambio, para hacer la inversión. Ese es el punto".

# Un salto impostergable

DESDE LA EMPRESA CHILENA INTERNEXA ASEGURAN QUE LOS CABLEOPERADORES QUE NO SEAN CAPACES DE OFRECER INTERNET PERDERÁN MUY PRONTO SUS CLIENTES.

Las nuevas tendencias y hábitos de consumo obligan a los cableoperadores a adecuarse a los tiempos que corren. Para hablar de los términos en que esa adecuación debe producirse, Revista ATVC entrevistó a Carlos Giraldo, Director de Ingeniería de Clientes de la compañía chilena Internexa, que provee acceso a la Red en su país.

Según el especialista, *"en Latinoamérica existen todavía muchos operadores de lugares alejados que ni siquiera tienen canales de retorno para entregar Internet. Hay empresas, por otro lado, empresas de carácter nacional, que prestan servicios de Internet de muy buena calidad y están generando una brecha"*.

*"Las operaciones locales que tienen una población pequeña no pueden perder la oportunidad de renovar sus redes, obtener canales de retorno, prestar Internet de buena calidad, porque si dejan pasar esa oportunidad en algún momento va a llegar un operador nacional y en cuestión de un año les va a desarrollar redes locales de fibra y va a terminar consumiendo a ese operador pequeño"*, advierte Giraldo.

En su opinión, las grandes multinacionales se están apoderando ya no sólo de las capitales, sino también de las ciudades medianas y pequeñas que históricamente han sido atendidas por el cableoperador local. *"El mensaje es que los cableoperadores pequeños*



Carlos Giraldo

*locales no se dejen estar porque si se les posiciona un grande y no están preparados van a tener muchas complicaciones para subsistir"*, apunta.

## - ¿Cómo es ahora el negocio?

- El que piensa todavía que sólo con el cable podrá subsistir, deberá revisar su posición y asumir que efectivamente sin Internet, además de que no hay generación de valor económico para el proveedor de servicios, está dejando afuera a los usuarios que ven los OTT, que descargan contenidos y abriendo espacios para aquel que sí lo permite.

## - ¿Es factible para estos operadores lograrlo?

- Es factible, pero el primer paso es realizar la inversión para adecuar las redes y poder así llegar al usuario con Internet. Por otro lado, hay cada vez más interés de parte de los prestadores de Internet mayoristas en llegar a las ciudades medianas y pequeñas. Es importante tener un modelo de red abierta, como el de Internexa. La red abierta es aquella que presta servicios a operadores de telecomunicaciones y no a usuarios finales. De modo que puede ser un vehículo para estos operadores pequeños sin convertirse en una competencia.

## Propuesta de interactividad



Alejandro Cubino

*Una solución avanzada para los operadores de TV por Cable e Internet es lo que ofrece en este momento Network Broadcast. Su presidente Alejandro Cubino asegura: "La idea es que los cableoperadores, cuando se pasen a digital, logren mucha interactividad con el usuario y que cuenten con aplicaciones para ganar más dinero"*.

*"La mayoría de los que digitalizaron -explica el entrevistado en diálogo con la Revista ATVC- lograron bajar la piratería, tener buena calidad de imagen y dar HD, o algunos VOD. La solución que nosotros traemos apunta a un paso siguiente: buscar mucha interactividad con el usuario y poder incluir todo lo que es transmisión de video por Internet dentro del servicio*

*que el sistema ofrece, para obtener así un ingreso adicional"*.

## - ¿Cómo se pueden generar esos ingresos?

- Hay un montón de servicios que puede dar el cable. Puede manejar las cámaras de la ciudad en forma digital, hacer que los usuarios puedan tener aplicaciones de tránsito, por ejemplo, y muchas más.

## - ¿Hay diferentes soluciones para cables grandes, medianos o pequeños?

- La tecnología fue avanzando. Hoy ir a una digitalización básica es como ir a algo de 2004, algo antiguo. Esta es una solución que les permite aumentar los ingresos, sobre todos a medianos y chicos. Nosotros, para sistemas de 500 abonados en adelante, tenemos la mejor solución para toda la parte de interactividad. Eso es lo que le sirve, no solo hacer la digitalización, sino lograr más ingresos por las aplicaciones que

proponemos. Sin tener una diferencia de costos grande, el operador puede acceder a toda esta gama de posibilidades.

## - ¿Se amplían las oportunidades?

- Claro. El operador tiene básicamente un ingreso por el abono. Al tener esta posibilidad de aplicaciones, obtiene muchos más ingresos por publicidad, por acuerdos de publicidad corporativos, por venta de servicios corporativos. En Brasil hicimos el acuerdo con un cliente y con supermercados Extra. Todo el canal online de supermercados Extra lo manejan los operadores de cable. El abonado no sale de su casa y por ser cliente de ese operador entra a la tienda virtual de Extra por medio de la pantalla del sistema de cable. Ahora queremos avanzar con proyectos así en Argentina.

¿Cómo nos preparamos para el cambio  
tecnológico y la apertura del mercado?

**¡CUPOS LIMITADOS , ASEGURE SU INSCRIPCIÓN!**

Como ningún otro evento de la región Andina Link Cartagena 2015 que se realizará del 3 al 5 de marzo en el Centro de Convenciones de Cartagena de Indias, Colombia, ofrecerá a todos los proveedores de cable y triple play, proveedores de contenidos y tecnología en telecomunicaciones un espacio para negociar, actualizarse, colaborar y crear. Usted verá las últimas innovaciones en la industria, aprenderá sobre regulación y conocerá todas las marcas líderes de la región en un solo lugar.

## AGENDA SEMINARIO

- ANDINA LINK CARTAGENA 2015
- FICA 2015 Foro Iberoamericano de la Convergencia, los Contenidos y los Nuevos Negocios
- Seminario Académico de Actualización Tecnológica
- Seminario Académico: Creación de Contenidos Digitales Transmedia

## AGENDA FORO

- Segmento 1  
LEGISLACIÓN
- Segmento 2  
NEGOCIOS
- Segmento 3  
TECNOLOGÍA
- Segmento 4  
TENDENCIAS

g

## Nombramientos en Discovery



**VERA BUZANELLO**

Discovery Networks Latin America/US Hispanic (DLA/USH) comunicó el ascenso de Vera Buzanello a vicepresidente ejecutiva de DLA/USH. Buzanello, quien se encuentra basada en Rio de Janeiro, continuará reportándole a Enrique R. Martínez, Presidente y director general de DLA/USH y Canadá.



**GERARDO LÓPEZ GALLO**

*"Vera es una ejecutiva excepcionalmente talentosa y su liderazgo ha sido clave durante los últimos años, desempeñando un papel crítico para nuestro éxito en la región. Me siento muy orgulloso de sus logros administrando el portafolio de canales de Discovery, labor que ha permitido que nuestra empresa prospere aún en los mercados más exigentes. Por si esto fuera poco, Vera goza de la más alta estima tanto de sus colegas como de sus clientes, y confío en que continuará realizando grandes contribuciones a nuestra empresa",* aseguró Martínez. Por otra parte, la compañía designó a Gerardo López Gallo como Vicepresidente de Contenido de Discovery Networks México. López Gallo será responsable de la planificación anual y supervisión diaria de la programación de los canales del portafolio de Discovery Networks, las campañas de mercadotecnia y las actividades de comunicación de la compañía en lo que se refiere al mercado mexicano.

El ejecutivo estará basado en la Ciudad de México y se reportará a Carolina Lightcap, Head of Content de Discovery Networks Latin America/USH y a Allan Navarrete, Vicepresidente Ejecutivo y Director General de Discovery Networks México, Centroamérica y Colombia.

g

## Nuevo presidente en Viacom Américas

Viacom International Media Networks (VIMN) anunció el nombramiento de Pierluigi Gazzolo como Presidente de su división de las Américas, asignándole la responsabilidad de las operaciones a través de América Latina, Canadá y el mercado hispano de EE.UU (Tr3s).

Gazzolo, quien además de su rol como Chief Operating Officer (COO) de VIMN ha ocupado el cargo interino de Director Ejecutivo de VIMN Américas desde julio, se trasladará desde Nueva York a Miami para asumir su nuevo rol en la división de las Américas reportando al Presidente y CEO de VIMN, Bob Bakish.

En su nuevo rol, Gazzolo liderará una de las divisiones de negocios más importantes de VIMN, abarcando las operaciones en diversos mercados a través de la división de las Américas, incluyendo Argentina, Brasil, Colombia, México, Canadá y el mercado hispano de Estados Unidos (Tr3s).

Supervisará la actual expansión del portafolio de señales de VIMN, incluyendo el lanzamiento de Paramount Channel en la región que está tomando lugar hoy, así como la creciente inversión en producciones locales originales para las señales MTV, Nickelodeon y Comedy Central. VIMN también está incentivando el crecimiento de su presencia no lineal en la región a través de productos multi-plataformas y servicios innovadores como las aplicaciones Nick App y My Nick Jr.



**PIERLUIGI GAZZOLO**

## agenda

**2015  
Enero**

20 al 22  
NATPE  
Fontainebleau Resort  
Miami Beach – USA  
Web: [www.natpe.com](http://www.natpe.com)

**Marzo**

3 al 5  
Andina Link  
Centro de Convenciones  
Cartagena de Indias- Colombia  
Web: [www.andinalink.com](http://www.andinalink.com)

25 al 27

Expo CANITEC  
Centro de Convenciones BANAMEX  
Distrito Federal, México  
Web: [www.canitec.org](http://www.canitec.org)

**Abril**

22 y 23  
Punta Show Summit  
Hotel Conrad  
Punta del Este – Uruguay  
Web: [www.gruposois.net](http://www.gruposois.net)

22 al 24

VII CUMBRE APTC  
Cusco – Perú  
Web: [www.aptcperu.org](http://www.aptcperu.org)

**Septiembre**

16 al 18  
Jornadas Internacionales  
Hilton Buenos Aires- Argentina  
Web: [www.atvc.org.ar](http://www.atvc.org.ar)  
Web: [www.cappsa.org.ar](http://www.cappsa.org.ar)



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](mailto:gleombruni@visiongrafica.com)

Año: 2014  
Nro. 208



22,23 y 24 DE ABRIL

# VII CUMBRE APTC - CUSCO 2015



**martes de cocina**

# **el desafío de Buddy latinoamérica**



**ESPECIAL NAVIDAD**

**estreno 13 de diciembre**

**SABADO 20hs**

**home & health**

Discovery