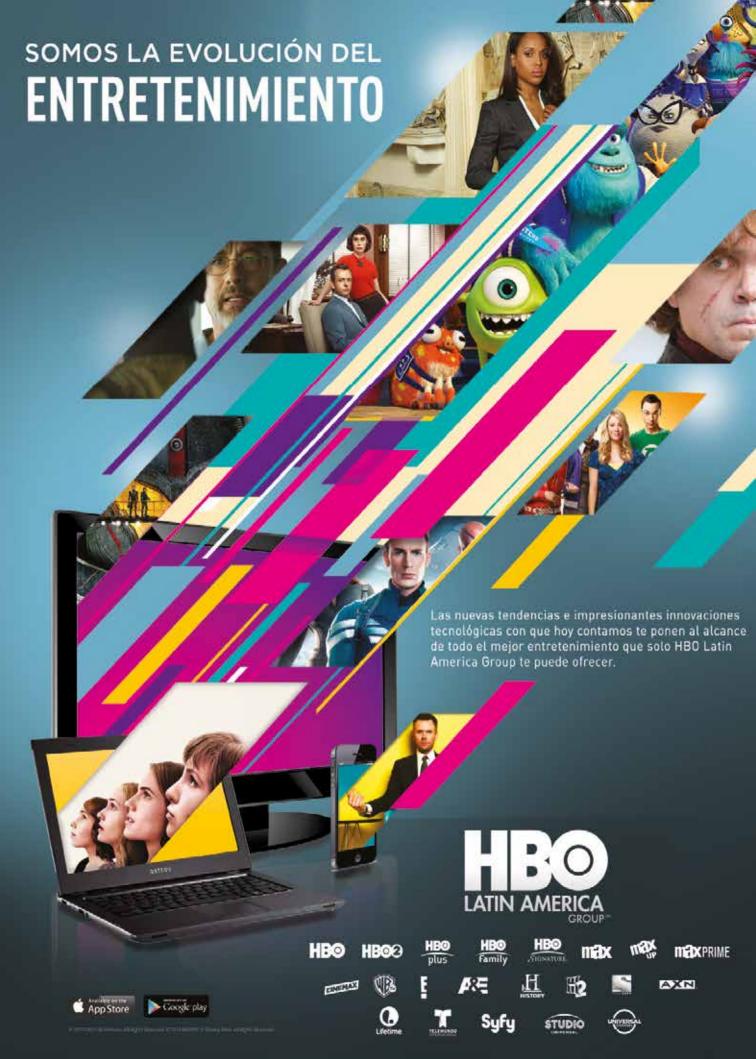


Asociación Argentina de Televisión por Cable

# JORNADAS INTERNACIONALES un año especial

Latinoamérica: Novedades en Perú, Colombia y Venezuela Clandestinos: Nuevas modalidades de la piratería Contenidos: Qué y cómo consumen los más chicos





### Av. de Mayo 749 – 5° 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

Walter Burzaco

Vicepresidente 1°: Ricardo Masini

Vicepresidente 2°: Armando Ametrano

Secretario General: Hernán Verdaguer

Pro-Secretario: Ángel Cadelli

Tesorero:

Daniel Celentano

**Pro-Tesorero:**Oscar González

### Vocales Titulares:

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

Para las Jornadas Internacionales 2015 hemos diseñado, como en años anteriores, un espacio para el encuentro de todos los integrantes de nuestra industria de la TV Paga.

Tenemos también muchos aniversarios para festejar y sentirnos orgullosos, no sólo por el paso del tiempo sino por todos los logros alcanzados que han sido y son un derecho adquirido por los ciudadanos de nuestro país.

La Cámara de Productores y Programadores de Señales Audiovisuales (CAPPSA) cumple 20 años. Desde hace mucho tiempo organizamos conjuntamente con ellos las Jornadas, que celebra su aniversario número 25. También la representación institucional de las empresas de TV por Cable cumple 35 años dado que la primera cámara del sector, de la cual ATVC es la continuadora, fue creada en 1980. Y por último, pero tal vez lo más significativo de todo, es que la industria cumple 50 años al servicio del país.

Nacimos hace 50 años con el objetivo de acercar el mundo del entretenimiento al hogar y desarrollamos una industria sólida que generó grandes impactos. Hoy conectamos, entre más de 700 empresas, a unos 9 millones de suscriptores de TV Paga y brindamos servicios de banda ancha a 2,7 millones de hogares en Argentina. Entre todos lo que convergemos en el sector, generamos 25.000 puestos de trabajo. Y diariamente brindamos diversos contenidos y servicios que nos permiten estar presentes en el hogar de nuestros clientes.

Para todo esto fue necesario: crecer, desarrollarnos, invertir, e innovar constantemente

Mediante esta vigorosa y siempre creciente evolución hemos consolidado un sector productivo dinámico, competitivo y convergente que nos permite vislumbrar el futuro, así como lo vimos en el pasado, de contenidos originales, escenarios diferentes y una infinidad de nuevos servicios que están por venir.

No conformes con todo lo hecho en el pasado, hoy nuestra industria evoluciona hacia nuevos desafíos. Transformarnos y desarrollar productos que se adapten a las nuevas necesidades de consumo, porque no sólo entretenemos a la familia sino también a cada individuo, en todo momento, en cualquier lugar y por diferentes dispositivos.

Todo transcurre al mismo tiempo tanto dentro como fuera del hogar. Ahora cada individuo elige qué, cuándo, dónde y cómo entretenerse; y el estar conectado es lo más importante para hacer la vida más fácil.

Como hace 50 años unimos a la gente. Hoy, en la forma de compartir la comunicación. En la actualidad todo es dinamismo: estamos conectados con lo que queremos estar conectados, nos relacionamos con miles de personas a la vez en tiempo real. Ingresamos a nuevos paradigmas donde la convergencia tecnológica ha irrumpido en nuestras vidas y el mundo está híper conectado. Dispositivos, necesidades y consumos confluyen y los límites se borran.

Para el abordaje pleno de todo lo que venimos diciendo, se requiere un marco institucional que acompañe nuestro desarrollo y promueva las inversiones, que regule las asimetrías, estimule la competencia y fomente la convergencia de servicios.

Así podremos seguir creciendo, desarrollando e invirtiendo en nuestro país como lo hicimos en el pasado, con el objeto de brindar el mejor servicio que se adapte a las nuevas demandas de consumo.

Lo sabemos muy bien cada una de las empresas del sector y la ATVC, que nos nuclea. Este es el desafío que tenemos por delante y vamos por él.



## Jornadas Internacionales: un año especial



Tanto las circunstancias históricas como las perspectivas que se abren hacia el futuro hacen del encuentro de este año una ocasión particular.



En un presente lleno de desafíos y expectativas para el negocio del Cable, la feria más importante de la industria en la región tiene este año una cita imperdible tanto con el pasado como con el porvenir. Son muchas las razones que confluirán entre los días 16 y 18 de septiembre en el Hotel Hilton Buenos Aires para realzar, por si hiciera falta, la importancia de este encuentro.

En lo que tiene que ver con la historia, la coincidencia en la celebración de los 50 años de la televisión por cable en Argentina y los 25 años de Jornadas Internacionales configuran una oportunidad inmejorable para rescatar lo mejor de la historia de un sector que se ha destacado a lo largo del tiempo por su dinamismo y su vocación de servicio.

A esto se suma el cumpleaños número 20 de la Cámara de Productores y Programadores de Señales Audiovisuales (CAPPSA), que junto a la Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC) son los organizadores de este evento que reúne anualmente a los operadores de toda la región y

a los proveedores más destacados de programación, tecnología y servicios, además de expertos en las áreas de contenidos, comercial y técnica, junto a personalidades del sector público.

Como todos los años, se llevará a cabo la exposición que cuenta con más de 60 stands. Pero además, se tornan especialmente atractivas en esta ocasión el resto de las actividades programadas en torno a Jornadas Internacionales. En las Conferencias Académicas, disertantes del país y del exterior transmitirán sus opiniones y experiencias a todos aquellos que buscan la manera de estar actualizados para encarar de la mejor manera los desafíos que propone esta etapa del negocio.

En cuanto a las Sesiones Académicas Técnicas, orientadas al personal que atiende esa área en los sistemas de Cable, en esta ocasión se desarrollarán bajo el lema "Calidad, cantidad y velocidad: un camino en continua transformación", y echarán luz sobre muchas inquietudes que desvelan a los cableoperadores en estos momentos de cambios y salto tecnológico. El programa incluye tópicos como Técnicas

de mantenimiento proactivo de redes, SDN, Maximización de la capacidad de las redes HFC, Servicios OTT, Redes inalámbricas dentro del hogar y Retorno digital. También para este target se llevarán a cabo distintos workshops, dictados por las marcas más reconocidas del sector, y la Conferencia SCTE, a cargo de la Society of Cable Telecommunications Engineers de Estados Unidos, durante la cual se conocerán las últimas tendencias en ese país.

En este año tan especial, la Conferencia CAPPSA también constituye uno de los puntos destacados del programa, poniendo en el foco uno de los condimentos indispensables de este negocio: los contenidos. También tendrá lugar otra actividad que se va convirtiendo en un clásico de la feria: la Jornada de Capacitación Audiovisual brindada por ATVC en conjunto con el Distrito Audiovisual de la Ciudad de Buenos Aires, especialmente destinada a productores.

#### Una meta cumplida

Consultado acerca de lo que significan estos 25 años de Jornadas Internacionales, el presidente de la ATVC, Walter Burzaco, afirmó: "Estamos plenamente orgullosos del evento que hemos logrado construir. Hoy Jornadas es, sin dudas, un encuentro de relevancia mundial, además de un bastión de la cultura colectiva que garantiza la expresión de todos los sectores".





Lo que ocurre cuando el contenido y la audiencia se conectan es una magia cotidiana. Más de 350 operadores de TV digital en más de 85 países confían en nosotros para sustentar esa magia, protegiendo su contenido y sus ingresos.

La cabecera de seguridad de contenido unificada Conax Contego™ proporciona a los operadores de TV de paga una plataforma a prueba de futuro y flexible para introducir nuevos servicios. Conax Contego™ es una solución de seguridad de contenido sofisticada, modular y totalmente escalable que soporta cualquier modelo de negocio para cualquier operación de TV y una multitud de dispositivos, tabletas, teléfonos inteligentes, CAM, PC/MAC y cajas

digitales, con o sin tarjetas inteligentes. Todos los dispositivos son pre-integrados y fácilmente manejados a través de la interfaz de usuario altamente intuitiva incluida en Conax Contego™.

En Conax trabajamos duro para innovar de manera que los consumidores puedan experimentar la magia cotidiana, en cualquier dispositivo, en cualquier momento y en cualquier lugar. Así que, ¡deja que comience la magia!

securing content - sustaining magic



El directivo valoró el objetivo de la entidad que encabeza en cuando a consolidar el rol social que cumple el Cable en todo el país, una verdadera herramienta de integración nacional que nació hace 50 años gracias a un grupo de pioneros que asumieron un desafío que otros consideraron utópico. "Luego de 25 años podemos afirmar que esa meta ha sido cumplida con creces: no solo hemos ratificado esa premisa, sino que hemos logrado que Jornadas se posicione como una referencia en la región, gracias al pluralismo representado en sus asistentes, expositores y conferencistas, la calidad de sus charlas, y la profundidad y diversidad que exponen sus debates", expresó Burzaco.

Según su óptica, compartida por la mayoría de los actores del mercado, "este año en particular es determinante para el futuro de la Argentina. Es por eso que nos hemos propuesto plantear una agenda institucional acorde a las necesidades del sector. En esta edición, tanto los protagonistas como el público asistente en general podrán confluir en un espacio de debate e información sobre las nuevas tendencias en desarrollos tecnológicos, la diversificación de audiencias y tipificación de contenidos, y los anticipos de las mejores producciones de la región, entre otros tópicos que tenemos preparados".

La experiencia de tantos años ininterrumpidos como organizadores obliga a ATVC a cumplir la consigna de que cada edición debe superar a la anterior para que el nivel de expectativa se mantenga. "Sabemos que Jornadas Internacionales 2015 no será la excepción: una vez más estaremos a la altura", subrayó el presidente de la entidad.

### Los grandes temas

Sergio Veiga, titular de CAPPSA, explicó que los grandes temas de Jornadas estarán relacionados tanto con la dinámica propia del negocio como con el contexto político v macroeconómico que atraviesan el país y la región: "En el negocio, estamos en una etapa importante de cambios, de evolución, motivada básicamente por el avance de las tecnologías y los hábitos de consumo. Es un momento de gran desafío para generar la respuesta contundente y necesaria. Por eso hablamos no solo de televisión tradicional, sino que trabajamos también sobre la distribución en multiplataformas y en múltiples dispositivos. Sin duda el empuie, la visión de futuro, la innovación de los que durante estos 50 años sortearon muchos desafíos y adaptaron la industria dan una fuerza enorme a los protagonistas de la actualidad, con lo cual el sector va a dar una respuesta contundente y la TV por cable va a tener cada vez más vigor".

En cuanto al contexto político y macroeconómico, Veiga advirtió que al momento de realizarse esta edición de Jornadas Internacionales el país va a estar muy cerca de las próximas elecciones presidenciales. "Se avecina un nuevo ciclo de gobierno, y ese va a ser sin dudas otro condimento interesantísimo del evento, porque las circunstancias en las que se va a desenvolver el mercado de aquí en más estarán influidas por ese acontecimiento, sin dudas", señaló.

También aportó su reflexión sobre los 50 años del Cable en Argentina: "Son un montón de décadas. Cuántas cosas pasaron en el país. Y hoy la industria es una de las más maduras del mundo, ejemplo en penetración. La respuesta está en los protagonistas, los

cableoperadores, programadores, los que invirtieron, los que innovaron, los que se animaron. Así se llegó a este grado de desarrollo y con este empuje. Todo esto tiene que ver con la vocación de inversión, de meterle para adelante, tanto de los pioneros como de aquellos que continúan hoy llevando adelante el negocio".

Por último, se refirió a la actualidad de CAPPSA: "Hoy por hoy la cámara nueclea a casi todos los que figuran en la grilla de cualquier cable. Nuestro leit motiv para el próximo período va a estar relacionado seguramente con el cambio de gobierno, en las modificaciones que se van a dar en los entes regulatorios que trabajan sobre nuestra actividad. Nuestro objetivo es constituirnos ante esas nuevas autoridades como fuente de consulta para poder mostrar la realidad del negocio, su cadena de valor, las posibilidades de los distintos sectores. Ese es un objetivo importante para nosotros", concluyó.

## Agenda de actividades

## Miércoles 16 de Septiembre

Acreditaciones

8 a 18 hs.

Exposición Comercial:

11 a 19 hs.

Conferencias Académicas Sesiones Académicas Técnicas

#### Jueves 17 de Septiembre

Acreditacion

8 a 18 hs.

Exposición Comercial:

11 a 19 hs.

#### **ACTO INAUGURAL:**

11 horas

Conferencias Académicas Workshops Técnicos

Conferencia CAPPSA

### Viernes 18 de Septiembre

Acreditaciones

8 a 16 hs.

Exposición Comercial:

. I 1 a 17 hs

Jornada de Capacitación Audiovisual (para productores de programas de

Conferencia SCTE.

(Society of Cable Telecommunications

Engineers – USA)





## ENTRETENIMIENTO + HISTORIA



1 + 1

A--- E NETWORKS. LATIN AMERICA
A Joint Venture with Ole Communications

HISTORY

BO LATIN AMERICA

# Redes inalámbricas dentro del hogar

Por José Machao\*

En los últimos años la disponibilidad de dispositivos con conectividad WiFi ha hecho que la demanda dentro del Hogar de una buena red inalámbrica sea un requisito indispensable al momento de elegir un prestador de Banda Ancha, como así también las exigencias en términos de cobertura y velocidad

La presentación se enfoca en los problemas que se presentan dentro del hogar en términos de cobertura, las interferencias, el hecho de que la tecnología WiFi utiliza una Banda de frecuencias no licenciadas implica que los dispositivos deben coexistir en el mismo espectro con otros que utilizan diferentes protocolos de comunicación como es el caso del Bluetooth, DECT, cámaras inalámbricas, hornos a microondas, etc

Bandas de frecuencias: si bien la banda hov más utilizada es la de 2,4 Ghz en la actualidad se dispone de Cablemodems que también soportan la banda de 5,8 Ghz y en el modo Dual Banda concurrente, es decir es posible conectarse en ambas bandas siendo la Banda de 5,8 Ghz la más limpia y menos congestionada que la de 2,4 Ghz es posible obtener mayores velocidades de carga y descarga mejorando notablemente la experiencia del usuario. Una funcionalidad adicional, aun no disponible en todos los equipos, a la de Dual Banda Concurrente es la de Band Steering que permite conectar los dispositivos que soportan ambas a 5,8 Ghz liberando la de 2,4 Ghz a solo aquellos dispositivos que solo soportan esta Banda hoy muy



congestionada, especialmente en zonas de alta concentración de clientes. Al momento de la instalación de un Cablemodem WiFi es importante ubicar el sitio óptimo para la instalación considerando cuales son las áreas donde se van a conectar en forma inalámbrica los diferentes dispositivos, es común que un punto intermedio dentro de la vista de planta sea el ideal si se quiere tener una cobertura homogénea en toda la casa, si se trata de un reemplazo de servicio es común que los Cablemodems instalados inicialmente, sin WiFi, se ubicaban junto a la PC fija y este sitio no necesariamente coincide con el punto central óptimo para la propagación de la señal de WiFi, ante esta situación es lógico plantear una reubicación del Cablemodem siempre consultando al cliente sobre las áreas de la casa donde se utilizarán los dispositivos WiFi. La instalación a baja altura u obstruido es una fuente de reclamos frecuentes, lo ideal es colocarlo entre uno y dos metros de altura, no oculto en muebles o dentro de cajones ni próximo a estructuras metálicas que pueden atenuar la señal WiFi.

Los lugares no recomendados para la instalación son: cocina por la cercanía al horno de microondas, fuente común de interferencia, cerca de ventanas ya que en zonas de alta congestión el Cablemodem recibe mayor señal de otros Puntos de Acceso WiFi vecinos tornando lenta la navegación.

#### Tips:

- En la Banda de 2,4 Ghz utilice los canales 1, 6 o 11 únicamente.
- Ubique siempre el Cablemodem WiFi en lugar, forma y altura correcta e informe al cliente la importancia de esto.
- El estándar 802.11 evoluciona rápidamente utilice la última tecnología disponible que sea soportada por los dispositivos.
- Si dispone de Cablemodems Dual Banda Concurrente priorice el uso de la Banda de 5,8 Ghz para aquellos dispositivos que la soporten de esta manera descongestiona la Banda de 2,4 Ghz.
- Medir los niveles de señal en las áreas de uso primarias para garantizar una buena experiencia del cliento
- Eduque al cliente sobre la tecnología WiFi sus virtudes y sus limitaciones.
- \*José Machao es Wireless Chief de Cablevision SA



# ATVC estará presente en Cable-Tec Expo





Eduardo Uría, directivo de ATVC e integrante de la Comisión Técnica, colaboró activamente en la organización de las Sesiones Académicas Técnicas que se desarrollarán el primer día de las Jornadas 2015 y también en la elección de los temas que presentará la SCTE en su conferencia del viernes 18 de Septiembre. En Argentina, la capacitación del personal técnico de las empresas de TV por Cable se planifica desde la Comisión Técnica, con vistas a las Jornadas anuales, en base a las necesidades de repaso y actualización que surgen año a año, acompañando así a los constantes avances de ese sector de la industria. Los numerosos asistentes a las charlas técnicas que se organizan en Jornadas, expresó Uría, demuestran que cumplimos con ese objetivo de capacitación. Y para quienes por una u otra razón no pueden viajar a Jornadas, esas charlas se suben luego a la página web del evento a fin de que todos puedan beneficiarse con las presentaciones de los

destacados especialistas que disertan en Jornadas.

Para mostrar esta contribución a la industria de la TV por Cable a nivel internacional, nuevamente este año Uría representará a ATVC en el Desayuno Internacional que la SCTE ofrecerá durante su convención Cable-Tec Expo, a realizarse en New Orleans en el mes de Octubre, especialmente organizado para informar sobre los principales eventos de TV por Cable que se realizan en el mundo y su contribución a la capacitación de ingenieros y técnicos de la industria en distintas partes del mundo.

Consideró Uría que entre todas esas instituciones invitadas al Desayuno Internacional de la SCTE con el mismo propósito que ATVC – Alemania, Polonia, Japón, Estados Unidos - se produce así un interesante intercambio de ideas e información respecto a la capacitación del personal técnico, que sin duda resultará en su beneficio.



## ESTRENO 4 DE OCTUBRE 23 HS



## **GUSTAVO LÓPEZ**

V.P. Head of Distribution
Gustavo.Lopez@AMCNETWORKS.COM Tel: +1.305.648.5229 Cel: +1.305.615.0122

www.amctv.la





# ¿Cómo sobrevivir en medio de la tormenta?

La industria de las Telecomunicaciones por cable está atravesando tiempos turbulentos. Muchos operadores están desconcertados y parecen haber perdido el rumbo, no saben qué dirección tomar para poder llevar su negocio a buen puerto.

En cierto modo se está repitiendo una situación similar a la que vivimos a principios de la década del 90. En ese entonces la carrera por ofrecer a los clientes una mayor cantidad de canales exigía disponer de mayor ancho de banda. Hasta cierto punto fue posible implementar un upgrade o actualización en nuestras redes pero llego un punto en el cual la tradicional arquitectura árbol & rama colapso y fue necesario invertir en una reconstrucción. Fue el momento de la transición hacia la nueva arquitectura Hibrida de Fibra Óptica & Cable Coaxil.

Actualmente está sucediendo un fenómeno similar pero hoy la presión viene del lado de la conectividad y el acceso a Internet. La demanda de mayor velocidad de acceso crece a un ritmo sostenido que hace que la misma se duplique cada dos años y parece no tener un techo visible.

A este fenómeno se suman una serie de factores que obligan a redefinir el negocio y a evaluar tecnologías alternativas. El escenario de la competencia cambió sensiblemente hasta convertirse en una guerra campal de "todos contra todos" que involucra a cableras, cooperativas, satélite, compañías telefónicas. . . pero el cambio más importante viene con la aparición de las llamadas OTT (siglas que vienen del inglés "over the top") ya que estas empresas no construyen una red de acceso sino que utilizan la infraestructura del operador local que ofrece a sus clientes acceso a Internet. La misma legislación y ley de medios quedan obsoletas frente a esta modalidad de prestación de servicio que no requiere



"licencias" para operar, tiene cobertura nacional y no tributa ningún tipo de impuestos locales.

Por otro lado los hábitos de consumo multimedia también están cambiando y el cliente adopta un rol mucho más activo pretendiendo elegir el contenido que quiere ver así el momento y lugar para hacerlo . . . no quiere estar atado a una grilla de programación rígida donde el programador le fija horarios y contenidos. Por otro lado si miramos a la generación joven, que serán los consumidores del mañana, ellos no contratan TV por suscripción ni telefonía fija . . . solo requieren buena conectividad a Internet y una línea de telefonía móvil.

Todo esto agrega presión sobre nuestra estructura de red y es por eso que los proveedores de servicio de telecomunicaciones por cable están preocupados pensando "hasta cuándo soportará nuestra arquitectura HFC y la tecnología Docsis esta demanda creciente de velocidad".

Como comentaba en otros artículos la tecnología Docsis fue evolucionando a lo largo de décadas tratando de ofrecer una mayor velocidad de acceso y protegiendo la inversión que hicimos

### Por Ing. Juan Ramón García Bish\*

en red HFC. La última versión de Docsis 3.1 busca competir con las tecnologías de fibra a la casa pero llevada al extremo exige tantos cambios en nuestro sistema que requiere una reconstrucción . . . estamos obligados a acercarnos lo más posible con la fibra óptica a la casa del cliente independientemente de que la solución tecnológica sea Docsis, FTTH (EPon o Gpon) o EPoc (Epon over coax).

Como enfermo que padece un mal terminal el operador de cable hoy habla de sobrevida y se pregunta cuánto tiempo le queda a la arquitectura HFC. Este tema lo analizo en detalle en mi presentación para Jornadas Internacionales ATVC y para tranquilidad de todos les comento que todavía nos quedan aproximadamente diez años de sobrevida. Eso sí, esto no será gratis, ya que será necesario realizar una actualización de nuestras redes para llegar a 1000 MHz, ampliar la capacidad de retorno migrando a mid-split, cambiar CMTSs & cablemodems.

El cambio de CMTSs representa una inversión de aproximadamente 30 U\$S por cliente activo. Parece un costo razonable pero todavía falta adicionarle la adecuación de la red y todas las terminales de abonado. El costo final termina siendo de 120 U\$S por cliente pero como la nueva versión de Docsis es interoperable con las más viejas no necesitamos hacer todos los cambios el primer día.

Conclusión: La principal ventaja de Docsis 3.0/3.1 es el gradualismo y constituye una alternativa válida para todos aquellos que tienen una red HFC de óptima calidad. Mientras tanto, los operadores que inician una operación de cero o están obligados a reconstruir deberán evaluar seriamente la alternativa de fibra a la casa.

\*Juan Ramón García Bish es Gerente de Ingeniería de Gigared S.A.



🚮 🛅 ¡LLEGÓ A LATINOAMÉRICA!

## El Éxito Digital: ¡Medición Exacta del BER!

## Por Rolando Barja Elías\*



Aunque vivimos en un mundo analógico, todos los sistemas de transmisión están basados en sistemas digitales de distintos niveles y capas OSI de información.

En la actualidad los sistemas digitales transmitidos en una red convergente deben cumplir con parámetros dentro de los rangos establecidos por diversas normas y estándares, acorde con la tecnología empleada, asegurando unos niveles de "buen estado" del intercambio de bits entre los equipos en cada extremo del enlace.

No podemos dejar de considerar que no existe una transferencia total de energía entre dos sistemas, teniendo diferentes pérdidas en el transporte por varios motivos como por ejemplo: Desacople de Impedancia, Bajo nivel de potencia en DS y US, Elevados niveles de ruido, Interferencia de señales extrañas dentro del sistema y errores en modulación.

¿Qué es la Relación de Errores de Bit-BER?, es definida como la relación del total de bits transmitidos por la cantidad de bits en error. El BER es normalmente expresado como un exponente negativo del orden de los millones como por ejemplo 1x10-9 que significa un bit errado en 100.000.000





bits transmitidos y es aceptado como la última medición para el éxito de del transporte y distribución de señales digitales.

Todos estos parámetros de distorsiones lineales, tienen efectos adversos en la llegada del receptor (hablando en sistemas bidireccionales), estando con parámetros de pérdidas de bits de información para lograr una cantidad adecuada de nivel de servicio que garantice la actuación del FEC (Corrector de Errores en Forward) por los CPE, siendo la medición del BER dependiente del tipo de modulación y tipo del FEC usuario.

1 \* 10-9 = 1 / 109 = 1 / 100.000.000 El BER provee solamente una indicación cuantitativa del desempeño de un canal de comunicación. Esto no provee ninguna otra información concerniente con la causa del error, de todas maneras los parámetros de MER y potencias de DS-US y mediciones de Constelaciones QAM pueden ser usadas en conjunto con estas mediciones para determinar el lugar de la falla y resolverla.

¿Qué es el FEC?, Forward Error Correction es un sistema de control de errores para la transmisión de datos en el cual los dispositivos de recepción tienen la capacidad de detectar y corregir cualquier caracter o bloque de código que contiene un número predeterminado de símbolos en error. Estos algoritmos correctores de errores nos ayudan a controlar los bits Rates entre los sistemas para lograr una calidad de percepción de los servicios ajustando o "arreglando" los bits errados para el funcionamiento de los servicios en forma continua.

Relación de Bit de Información / Relación de Bit Transmitidos

Anexo B-US 64 QAM – 26.97035Mbps / 30.3420Mbps

Anexo B-DS 256 QAM – 38.81070 Mbps / 42.8843 Mbps

Las pruebas de exactitud de BER deberán ser realizadas para un minuto en promedio. Luego del promedio de un minuto de prueba del BER deberá grabarse los resultados de pre-FEC e inmediatamente reinicie las mediciones de BER para comenzar las próximas series de la compilación de datos.

La exactitud de los resultados de pre-FEC BER deben estar comprometidas una vez que cualquier post-FEC error de bit haya ocurrido. Algunos instrumentos de prueba pueden estar configurados para conseguir minuto a minuto resultados promedios de BER durante una prueba a múltiples tiempos. Proveer la muestra de prueba del BER que sea menor a un minuto no es aceptable debido que un tiempo menor puede resultar una variación en el promedio en función a determinar el promedio total de BER; por ejemplo, si el BER es medido para un periodo de un minuto, en este caso de muestras continuas de 60 segundos puede ser igual al promedio de BER de un minuto, luego de pasado el periodo de medición el resultado puede ser tomado como una prueba exitosa del BER.

Asumiendo que la medición deseada se encuentra dentro del parámetro de exactitud deseado de 1x10-9 con una señal de 256 QAM / 42.8843Mbps = 23.3186 segundos; el próximo parámetro a considerar es un promedio de medición de BER sobre los 15 minutos, o mayor, puede enmascarar una anormalidad de corta duración que afecta a través de una prueba de +15 minutos.

Podemos preguntarnos ahora, ¿Hacia dónde vamos con las mediciones digitales y cuál debe ser nuestro objetivo?, ¿Cuáles son los retos que debemos enfrentar?, las preguntas estarán lógicamente contestadas con la revisión de las leyes de Nielsen y de Moore que nos permiten conocer la capacidad de las redes bajo la demanda requerida por los usuarios y operadores. -Ley de Nielsen: Cada año los requerimientos de datos aumentan el 50%, es decir la demanda de velocidad de los usuarios es incrementada tanto para los valores de Downstream o baiada de contenido como la demanda de mayor ancho de banda de subida (upstream) por los contenidos de videos en YouTube, etc.

-Ley de Moore: Cada año los requerimientos de potencia de los procesadores aumentan el 60%, significando que los equipos servidores de los servicios se tornan cada vez más lentos en su desempeño y precisan de una mejora en la capacidad de los microprocesadores.

Las mediciones efectuadas de acuerdo con la norma ANSI/SCTE 132-2012 y ANSI/SCTE 121- 2011 para los valores de BER en Upstream y Downstream respectivamente, deben ser realizadas tomando un tiempo de aproximadamente 1 minuto por medición para lograr la certificación y estabilidad de los bits Rates del sistema.

La experiencia de nuestros técnicos de campo para estas mediciones exactas. se inicia con las variaciones del parámetro desde aproximadamente el primer minuto con 20 segundos en los nodos observados con lentitud de internet en velocidades superiores a 1MB y pixelado o congelamiento de nuestra sistema de video HD. Estas variaciones fueron solucionadas con ecualización de los niveles ópticos de transmisión en las redes de Distribución ópticas de los Hubs de Distribución y ajuste de niveles en la llegada de los nodos ópticos tanto en DS como en transmisión de US, logrando el primer nivel de estabilidad del sistema con el control de este parámetro tan importante de error en la transmisión de bits.

Para concluir, podemos indicar que la medición del BER establece la transmisión con éxito del canal de comunicación digital pero debe ser medido exactamente con tiempos mayores a un minuto hasta llegar a los dos minutos, y si en este tiempo de medición no existen variaciones en la cantidad de bits significa que el estado de la transmisión digital y el enlace se encuentra adecuado y certificado para la transmisión en base a la modulación empleada ya sea 64- 256QAM en US o DS.

\*Rolando Barja es Director de Redes Coaxiales | COTAS Ltda. Chairman: SCTE CALA Chapter |SCTE/BPS/JONES-NCTI Certified | Miembro Comisión Técnica ATVC-Argentina

## **UN CANAL** TODO EL DEPORTE



































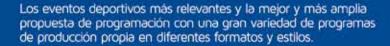






































# El momento de la tecnología

En HBO están convencidos de que el proceso de renovación que permita aprovechar todas las opciones para distribuir contenidos es clave para los operadores.

Referente insoslayable de la TV por cable en América Latina, HBO es pionero y líder entre los proveedores de programación para este mercado ávido y exigente de contenidos atractivos. En la previa de Jornadas Internacionales, Revista ATVC dialogó con Javier Figueras, VP Corporativo de Ventas Afiliadas, Región Panamericana, para conocer su opinión sobre la actualidad del mercado y la actividad de la propia empresa en la región.

La primera consulta fue sobre la percepción que tienen en la compañía, en su carácter de programadores, acerca del proceso de incorporación de tecnología en los cableoperadores a efectos de atender el nuevo tipo de consumo que plantean los suscriptores: "Lo vemos sumamente satisfactorio. El hecho de ir adoptando las nuevas tecnologías no es simultáneo en cada país. En Argentina, por ejemplo, la adopción ha sido bastante rápida. Las operadoras pequeñas en el interior van un poco más lento, pero también lo están haciendo. En los más grandes, el proceso de lanzamiento de HBO Go v Cinemax Go ha sido un éxito".

También se habló de las novedades que estarán comunicando en Jornadas y los temas en que harán foco en su contacto con los clientes. Lo primero que mencionó Figueras es la representación de los canales de NBCUniversal: "Si bien la noticia se comunicó hace un par de meses, este va a ser obviamente el primer año nuestro en Jornadas agregando estos canales.

Tendrá un acento bastante fuerte ya no como una carta sino de cara a cara en el stand. Queremos contarles qué traerán en 2016 estos canales. En los otros también, pero el acento va a estar puesto en los nuevos hermanitos que tenemos en la familia".

Regresando un poco al primer punto de la entrevista, el ejecutivo aclaró que las nuevas tecnologías ocuparán también un lugar preponderante entre los temas que se atenderán en el stand de HBO: "Hoy todo el mundo está hablando de eso. Porque a la vez repercute en lo que será el futuro de los contenidos, al abrirse un montón de posibilidades que antes no existían. Y es un momento en el que nos reunimos con muchos pequeños y medianos operadores de todo el país. Hay muchos que todavía no pudieron lanzar nuestros productos OTT, y la idea es ver cómo podemos empezar a hacerlo".

En ese sentido, agregó: "Tenemos mucha tarea por hacer y no queremos que nadie se quede atrás. Todos los operadores suman, independientemente del tamaño. Lo importante es lo que entregamos al consumidor, y todos los consumidores son importantes".

También se habló sobre el lugar que ocupan en la programación las producciones originales realizadas en Latinoamérica y los contenidos que provienen de otras latitudes: "Tenemos que buscar un balance entre ambos tipos de programación. Estamos cumpliendo once años de producciones en la región, y diez en Brasil, un territorio





al que damos gran importancia. Hemos estrenado recientemente El Hipnotizador, que fue producida en Uruguay con talento de distintos países. Tenemos la segunda temporada de Magnífica 70, nuestra producción brasileña. Estamos produciendo la tercera temporada O negócio, y a fin de año estrenamos la segunda temporada de Psi".detalló Figueras.

Finalmente, dejó una reflexión acerca del lugar que ocupa HBO en la industria y los objetivos que debe trazarse de forma permanente para permanecer en ese sitio de privilegio: "Mantener el liderazgo es mucho más complicado que llegar a tenerlo. Algo que hemos logrado hacer año tras año es seguir entregando a la audiencia contenidos que nos llenan de orgullo, nos llena de premios. No solo con las producciones que se traen de afuera. sino también las que se forjan en Latinoamérica. El compromiso es llevarle siempre lo mejor a la audiencia, y hay que hacerlo en todas las áreas, en todos los niveles. Es el desafío y el compromiso en todas nuestras oficinas, en Miami, en Buenos Aires, en México o en San Pablo".



# RTVE cumple 25 años y estrena nueva señal





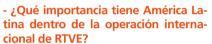
Los 25 años de Jornadas Internacionales son especiales para todos los participantes, pero especialmente para aquellos actores del mercado que estuvieron desde los primeros tiempos. Es el caso de RTVE, que fue uno de los pioneros de la TV paga en Argentina. Revista ATVC dialogó sobre diversos temas con María Jesús Pérez, Subdirectora Ventas Internacionales de la compañía.

## - ¿Qué novedades están presentando en Jornadas Internacionales?

- Nuestra principal novedad para este último trimestre del año es el estreno de la serie Carlos, Rey Emperador. Una cuidada producción, protagonizada por Álvaro Cervantes en el papel de Carlos V y Blanca Suárez como Isabel de Portugal, que narra la historia de uno de los hombres más poderosos que ha conocido Europa. También estrenaremos la serie Olmos y Robles, una comedia detectivesca situada en la zona de La Rioja en España, en la que dos guardias civiles de caracteres totalmente opuestos forman equipo con la misión de resolver todo tipo de casos: crímenes, robos, secuestros y chantajes en los que nada es lo que parece. Y volverá nuestra exitosa serie "Águila Roja", con su octava temporada.
- Como uno de los programadores con más antigüedad en el país y en la región, ¿qué balance hacen de los 25 años de este evento, el principal show de la industria en la región?
- Solo podemos hacer un balance positi-

La emisora española anticipa la programación de TVE para el último trimestre y anuncia el lanamiento de su nueva señal en HD.

vo del evento, del mercado y de nuestra participación en el mismo. Es un honor y un orgullo haber estado presentes prácticamente desde el principio. Pese a todos los avatares y cambios RTVE ha mantenido siempre su vínculo con la región y los estándares de calidad en su programación muy por encima de la media, haciendo de TVE un canal de referencia y prestigio para el público y por supuesto para nuestros partners.



- Debemos destacar la región como un foco fundamental dentro de la estrategia y resultados de la compañía. No solo nuestra señal sino que también nuestras producciones cruzan el Atlántico para poder ser vistas en TV abierta tras su emisión en nuestro canal. De esta manera contribuimos a generar una mayor notoriedad y reconocimiento.
- En los últimos años han aparecido muchas señales dependientes de las emisoras públicas de distintos países: ¿cuáles son las fortalezas de TVE para imponerse en ese segmento?
- RTVE ofrece la garantía de un trabajo bien hecho durante 25 años y la sabidu-



.....



ría de una empresa que lleva produciendo desde 1956. No creo que muchas de las señales puedan decir lo mismo, pero todos los nuevos integrantes del mercado son bienvenidos, hacen que los que siempre hemos estado tengamos que demostrar de nuevo, como cada año, que seguimos sabiendo hacer las cosas bien y ofrecer a la audiencia un producto de calidad y actual.

## - ¿En qué etapa de desarrollo está el canal en HD? ¿Qué contenidos ofrecerán allí?

El nuevo canal en HD del grupo RTVE, TVE Star HD, ya es una realidad. Durante el mes de agosto de este año se ha iniciado la emisión en pruebas, y en abierto, del canal. Esta fase se prolongará hasta el 1 de Octubre, fecha en la que se pasará a la fase de emisión normalizada. Seguirá la emisión en abierto hasta primeros del mes de diciembre, cuando será codificado. La programación se centrará en ficción y entretenimiento, con las series que más éxito obtuvieron en España y en los mercados internacionales: Isabel, La Señora, Gran Reserva, Los Misterios de Laura, Cuéntame y otras. En entretenimiento, empezaremos programas como Españoles por el mundo, Destino España, Comando Actualidad y Un país para comérselo.

# TODO LO QUE TUS CLIENTES QUIEREN, YA LO TENÉS



FOX play

LO MEJOR DE LOS CANALES FOX EN UNA SOLA APP.

INVITÁ A TUS USUARIOS A SER PARTE DE LA EXPERIENCIA DE CONTENIDOS MAS COMPLETA SIN COSTO ADICIONAL.

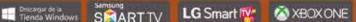












# Saldo positivo para una experiencia inédita

TyC Sports



Con los codiciados contenidos del deporte argentino como caballito de batalla, TyC Sports se afianza entre los canales más fuertes de la región. Hernán Chiofalo, Jefe de Negocios Internacionales, compartió con Revista ATVC los resultados de lo que fue la experiencia de transmitir de manera diferente los Juegos Panamericanos de Toronto, a la vez que adelantó lo que ofrecerá el canal en estos próximos meses como etapa de transición hacia los Juegos Olímpicos de Río 2016

- ¿Qué saldo les dejó la cobertura multipantalla de los Juegos Panamericanos? ¿Cómo respondió la audiencia a esta modalidad?
- Se obtuvieron grandes resultados gra-

TyC Spots potenció su llegada a la audiencia gracias a la transmisión multipantalla de los últimos Juegos Panamericanos. Además, se prepara con todo para Río 2016.

cias a la cobertura realizada de los Juegos Panamericanos de Toronto 2015, donde además de la señal en vivo de TyC Sports Play, se abrieron 5 señales adicionales para que cada consumidor tuviera la posibilidad de elegir qué evento ver en cada momento del día. El saldo que dejaron los Juegos fueron más de 1000 horas transmitidas en vivo vía streaming, y un crecimiento de 776% en visitas únicas de TyC Sports Play y de 460% en tiempo promedio de permanencia en el sitio. A partir de estos resultados, terminamos de consolidar e instalar el producto TyC Sports Play y generamos, adicionalmente, más de 12.000.000 de páginas vistas en www.tycsports.com y más de 10 millones de interacciones en redes sociales durante el período de los Juegos.

- -¿Cuáles son las claves para competir contra señales con presencia global como ocurre en el género Deportes?
- De alguna manera, todas las señales tenemos presencia global. Algunas tienen más y otras menos, cada una de acuerdo a sus productos. Pero lo cierto es que nuestro capital es el deporte argentino, que es muy requerido en el continente. Especialmente el fútbol local, que trans-

mitimos todas las semanas, aunque también tenemos diferenciales de acuerdo con el país.

- ¿Qué novedades estarán presentando este año en Jornadas? ¿Cuáles serán los eventos destacados que tendrán en pantalla para lo que resta del año?
- Para los meses restantes del 2015, donde comenzará la planificación de lo que significará la cobertura de los Juegos Olímpicos de Río 2016, TyCSports tendrá la transmisión de eventos muy importantes como el comienzo de las Eliminatorias de fútbol para el Mundial de Rusia y las instancias decisivas de la Copa Davis. Además durante los meses finales del año, comenzarán nuevamente la Liga Nacional de Básquet y la Liga Argentina de Vóley, y se cerrarán las temporadas 2015 de las categorías del automovilismo nacional y las más de 60 veladas nacionales e internacionales de boxeo que transmitimos cada año. Mientras, en nuestra señal internacional, continuaremos transmitiendo La Liga Argentina de Fútbol de Primera División y ahora sumamos la transmisión de la Copa Argentina de Fútbol.

→ PROGRAMACION

## Los 25 años de Telefe



En Jornadas Internacionales Telefe ofrece a los visitantes la oportunidad de revivir toda su historia a través de un viaje en el tiempo. Conmemorando sus primeros 25 años, cada asistente puede disfrutar de un juego de realidad virtual donde se recuerdan los ciclos más representativos del canal y los artistas que formaron parte de la programación.

En su stand, resuenan los programas exitosos y las figuras más queridas del espec-



táculo, así como también las frases icónicas que quedaron grabados en la memoria de la audiencia: Vos fumá, ¡Grande Pá!, Chufa chufa, Pum para arriba, y ¡Es una nena!, entre otras.

Una cita ineludible tanto para los nostálgicos como para los que no conocieron las primeras épocas del canal y pueden encontrarse de una manera distinta con contenidos que se han convertido en clásicos para la memoria de los televidentes.

# PROTEGIENDO EL FUTURO CONECTADO



La industria del video está cada vez más conectada y los proveedores de video de nueva generación proporcionan nuevos servicios basados en software y tecnologías IP.

Imagine una plataforma de protección de ingresos globalmente interconectada. Un motor basado en la nube que es capaz de mejorar el rendimiento del sistema, detectar amenazas y reducir gastos operacionales.

Descubra como Verimatrix está definiendo el futuro de la protección de ingresos para TV paga.

www.verimatrix.com/verspective

Visitenos en Jornadas Internacionales 16–18 Septiembre • Buenos Aires, Argentina Stand #10



# Turner apuesta al crecimiento de sus plataformas GO

La visión estratégica de la compañía es hacerlas crecer para complementar su core business. La importancia para audiencias y anunciantes.





Las nuevas plataformas y modalidades de distribución siguen siendo para Turner el tema del momento. Por eso los anuncios y novedades que presentan en Jornadas están relacionados con esa área. En diálogo con la Revista ATVC, Juan Carlos Balassanian, VP de Ventas de Distribución de Turner Argentina, y Carlos Cordero, Director de Negociación Estratégica y Broadcast Sales, dieron algunos detalles.

### - El gran tema de Turner en la edición anterior de Jornadas fue el lanzamiento de las versiones GO de algunos de sus canales: ¿qué balance pueden realizar un año después?

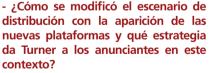
- En este tiempo nos enfocamos en robustecer aun más estos productos para brindar a los usuarios la mejor experiencia de entretenimiento. Nuestras plataformas GO ya están disponibles en 11 países y en más de 40 operadores. La principal novedad de 2015 es la incorporación de los contenidos de TNT Series a TNT GO. Además, en los últimos meses se sumó el livestreaming a TNT GO y Space GO. Todos están disponibles en sus versiones Android y iOS en español y portugués. Incorporamos muchas funcionalidades para ofrecer una experiencia de calidad, en un entorno amigable y fácil de usar.

## - ¿Qué repercusión han tenido con el lanzamiento de TNT Series?

- Las series se instalaron entre los géneros preferidos de consumo televisivo y TNT Series nació para darle a estos contenidos un lugar especial. Los seguidores de series son un público particular. Muchos, fanáticos del binge watching, consumen en sólo un fin de semana temporadas enteras. Preveíamos el rápido crecimiento que ha tenido TNT Series en distribución y en rating. Estamos muy satisfechos con los resultados.



- En el primer semestre de 2015 fue muy positiva. Particularmente Cartoon Network consolidó aún más su posición en la región, ubicándose como número uno en niños y niñas de 4 a 11 años con cable en mercados como Brasil, Chile, Colombia, México y Perú. En Argentina fue el más visto de la televisión de aire y de pago en el segundo trimestre en niños y niñas de 4 a 11 años con cable. TNT y Space también también se ubicaron dentro del top 5 de la TV paga en la región, entre el público de 18 a 49 años en prime time.



- La visión estratégica de Turner es hacer

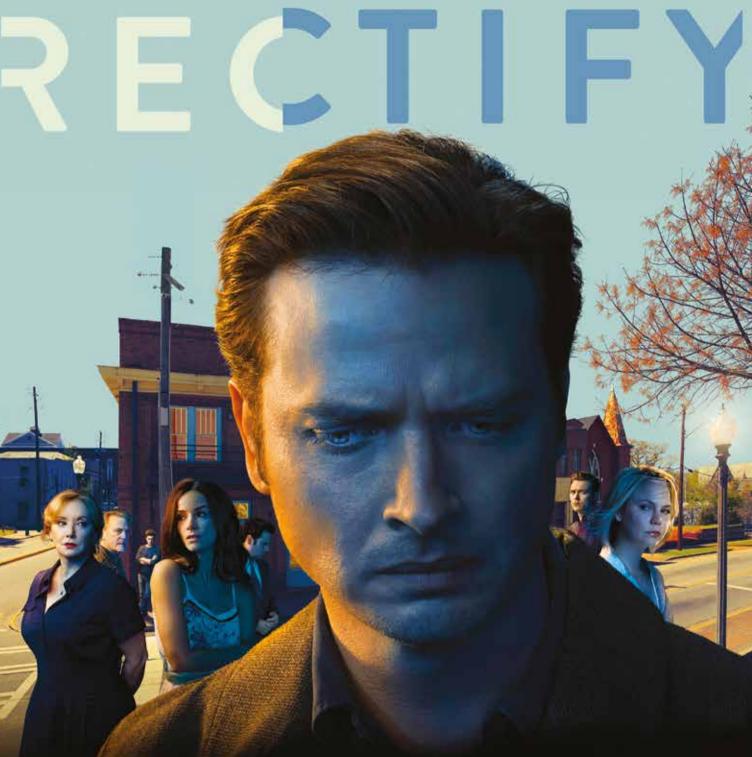




crecer nuestro core business complementándolo con la oferta de productos GO. Estos sitios llegaron para agregar valor a la propuesta que nuestros clientes ofrecen a los consumidores, quienes ahora pueden optar por seguir su programación favorita en nuestros canales lineales o también ponerse al día con los contenidos en cualquier momento y lugar. Para nuestros anunciantes estos sitios también abren un nuevo espacio de comunicación.

### - ¿Cuáles serán los estrenos destacados de las señales en los próximos meses?

- Tenemos lanzamientos que combinan producciones originales locales con exitosos contenidos adquiridos. TBS veryfunny comenzó el rodaje de Psiconautas, una coproducción de Turner con la argentina Navajo Films que se lanzará en 2016. Habrá nuevas temporadas de El mundo desde abajo y Chica HTV. En cuanto a adquisiciones, TNT Series presentará dos series exitosas en los Estados Unidos, Agente X y Public Morals. TNT prepara uno de los proyectos más ambiciosos con la miniserie Heroes Reborn, y concentrará los eventos más relevantes de la industria del entretenimiento como los Latin Grammy, American Music Awards y el especial Grammy Frank Sinatra Tribute. Space estrenará Mr. Robot, una serie que ya cautivó al público estadounidense.



**TEMPORADA 3 ESTRENO 4 DE OCTUBRE 22 HS** 

sundance CHANNEL.

### **GUSTAVO LÓPEZ**

V.P. Head of Distribution
Gustavo.Lopez@AMCNETWORKS.COM Tel: +1.305.648.5229 Cel: +1.305.615.0122
www.sundancechannel.la

# Atres Media se basa en la fuerza de su producción propia



Convertido en el operador privado de TV europeo con más canales fuera del Viejo Continente, Atres Media apunta a consolidar el crecimiento en Latinoamérica.



Una de las empresas que con más pujanza ha venido creciendo en el mercado latinoamericano en los últimos años es Atres Media, que ofrece un paquete cada vez más atractivo de señales para los cableoperadores de la región. Para saber cómo continúan sus planes en la región, Revista ATVC entrevistó a Mar Martínez Raposo, Directora Internacional de la compañía.

- Atres Media tuvo una expansión muy rápida en esta última etapa en distribución gracias al lanzamiento de las señales Atres Series y ¡Hola! TV, ¿cuál es la estrategia para consolidar ese crecimiento?
- Con tres señales internacionales (Antena 3 Internacional, Atres Series y ¡Hola! TV), Atresmedia se ha convertido en el operador privado de TV de Europa con más canales fuera de sus fronteras y con 30 millones de hogares abonados en todo el mundo. Nuestra estrategia es seguir reforzándonos, especialmente en Latinoamérica y el mercado hispano de Estados Unidos, con una oferta de canales cuyo contenido se complementa muy bien y del que, además, poseemos todos los derechos de explotación porque se trata de producción propia.

## ¿Qué repercusión tuvo el estreno de "Algo que celebrar" por Atres Series?

- Fue el estreno que elegimos para presentar el canal más joven del grupo y el resultado ha sido muy positivo. Ya lo fue en España, donde esta comedia consiguió enganchar a más de 3 millones de hogares. Después hemos seguido acercando a los espectadores otros estrenos de nuestras mejores series como "Sin Identidad", que empezó a emitirse en julio.
- Antena 3 Internacional está cerca de cumplir 20 años de transmisiones, ¿qué balance hacen de lo actuado en estas dos décadas y cómo fue la evolución de la señal?
- Han sido años de mucho trabajo y aprendizaje, pero sobre todo muy gratificantes. Antena 3 ha logrado hacerse un hueco y convertirse en una marca muy reconocida. Hemos conseguido crear lazos con la audiencia, que nos han permitido estar en las primeras posiciones en los rankings de los canales más vistos. Y, para agradecérselo, estamos trabajando para aprovechar las nuevas formas de comunicación con nuestros seguidores, a través de las redes sociales, para llevar toda la información directamente al espectador.



- En cuanto a ¡HOLA! TV, ¿qué valor le dan los cableoperadores y anunciantes al esfuerzo de producción original que vienen realizando?, ¿cómo se diferencian de los canales tradicionalmente dirigidos a la audiencia femenina?
- ¡Hola! TV, que ha cerradoun primer semestre por encima de lo previsto, cuenta con mucho potencial gracias al respaldo de una marca muy reconocida y a una oferta de contenidos que no se encuentra en ningún otro canal y que comparte ADN con la revista ¡Hola! Todo ello permite ofrecer creaciones propias del canal y la posibilidad de crear campañas de una forma muy original.





## Los 10 millones de ¡Hola! TV

¡Hola! TV informó que ha incrementado su distribución a más de 10 millones de hogares en vísperas de cumplir el segundo aniversario desde su lanzamiento.

El canal logró este significativo aumento al cerrar acuerdos de expansión y distribución en los últimos meses, con importantes operadores de cable en México, Colombia y países centroamericanos. "Como señal independiente, estamos muy orgullosos con el rápido y sostenido crecimiento que hemos experimentado. Hemos logrado crear un espacio en mercados consolidados y estos resultados demuestran la gran acogida de nuestro canal por parte de nuestros socios, los operadores de cable y la audiencia", señaló Ignacio Sanz de Acedo, CEO y General Manager del canal.

Hoy, mucho tiempo después,

realmente entendemos

lo que ese "juntos" significa.

Significa compartir, acompañar,

divertir, emocionar.

Significa necesitarnos, querernos,

extrañarnos, conocernos.

"Juntos" significa elegirnos.

Y DESDE HACE 25 AÑOS, LO VENIMOS HACIENDO TODOS LOS DÍAS.

#Telefe25Años



## **Balance y estreno**





AZ TV de Paga aprovechó el almuerzo de inauguración de Tepal para recordar el lanzamiento de hace un año y anunciar un nuevo canal de cine

Hace un año AZ TV de Paga presentaba su nueva marca en sociedad durante la edición anterior de Tepal. Esta vez, como patrocinador del almuerzo de inauguración de la feria desarrollada en Panamá, Fidela Navarro, Directora de la compañía, habló en la oportunidad acerca del aniversario de aquel lanzamiento y de las características de su nuevo canal, AZ Cinema.

Por otra parte, recordó que AZ TV de Paga asumió este año el control directo de la venta de señales y de publicidad a partir de la designación de Jorge Gutiérrez Razo como Director de Ventas. "Hace un año presentamos nuestra nueva marca AZ TV de Paga y nuestros planes renovados, y hoy les mostramos el nueva canal de cine, AZ Cinema, que completa nuestra oferta internacional en HD", expresó la anfitriona. "AZ Cinema será para ustedes, sin dudas, como su slogan, inolvidable. Un canal de cine mexicano clásico de la época de oro, aquella de los grandes íconos como María Felix, Jorge Negrete, Pedro Infante, Cantinflas, que traspasaron fronteras para convertir al cine mexicano en un cine universal", agregó.

La ejecutiva describió a la nueva señal como "un canal clásico con películas que hemos adquirido en exclusiva y con derechos a perpetuidad, restauradas en HD y complementadas como ningún canal de la competencia lo ha hecho hasta ahora, con programas y contenidos exclusivos, históricos e innovadores".

Desde su puesta en el aire, AZ Cinema estrena diariamente cuatro películas. Con esta propuesta, la compañía completa su portafolio de cuatro canales internacionales. " Bien definidos, cada uno con un target específico y representativo de los géneros clásicos de la televisión: entretenimiento familiar, telenovelas, música y cine clásico. Y con más de 1500 horas anuales de producción exclusiva y original para estos canales, que también ponemos a disposición de los cableoperadores para sus servicios de OTT y VOD", destacó Navarro.



## Llega Brazzers TV a Latinoamérica



La señal se sumará al paquete de exitosas señales panregionales. La estrategia de distribución y el futuro de hotgo, su producto para TV Everywhere.



Claxson lanza durante Jornadas Internacionales una nueva señal llamada Brazzers TV, que se sumará al "hotpack" de su paquete de canales premium, conformado por PlayboyTV, Venus, Sextreme y Penthouse.

"Desde octubre se podrá disfrutar de Brazzers TV, una de las marcas más conocidas del entretenimiento adulto en Internet. Su grilla contará con librería de variado contenido que se podrá disfrutar a través de suscripción mensual, VOD, PPV y 'hotgo', nuestra plataforma de TV Everywhere", dijo Omar Figliola, gerente de Ventas de Claxson para Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia.

Con sus marcas destacadas y exitosos formatos de televisión, Claxson ha marcado el rumbo en el desarrollo de contenidos originales contando además con amplia distribución en Latinoamérica e Iberia. Consultado sobre qué oportunidades ofrecen a sus marcas en las plataformas digitales VOD, el directivo destacó que la posibilidad de estar presentes en estas plataformas de distribución "brinda más presencia y mayor rentabilidad. Estamos acompañando el proceso de trasformación tecnológica de nuestros clientes y adaptando los contenidos a todas las formas disponibles por el operador para su comercialización".





Acercando el fútbol a toda la región para que lo disfrute cuándo, dónde y cómo quiera.



www.goltvlat.com





## Cambios en las señales de ESPN



Unificación de las denominaciones, nuevo equipamiento y consolidación como marca multiplataforma.

Hay novedades en ESPN. Desde el 1º de septiembre la compañía realizó un ordenamiento regional en sus señales, y entre sus anuncios en Jornadas Internacionales se cuenta la unificación de las denominaciones de sus productos y plataformas en América Latina, con excepción de Brasil.

Las señales disponibles en cada territorio serán: ESPN, ESPN2 (en Sudamérica reemplazará a ESPN+), ESPN3, ESPN+ (reemplazará a ESPN HD) y ESPN EXTRA como señal ocasional. Como otra novedad, ESPN informó que llevará adelante el cambio de equipamiento necesario mediante un nuevo sistema de compresión MPEG-4, que permitirá recibir todos los contenidos en HD y también el streaming de los canales en ESPN Play.

Al respecto, Sebastián López, VP de Ventas Afiliadas para Disney &ESPN Latinoamérica, dijo que están viviendo momentos de crecimiento y consolidación como marca multiplataforma: "Tenemos la trayectoria y el prestigio de entregar servicios con los más altos niveles de calidad, estando siempre a la vanguardia en tecnología y ofreciendo variedad de contenido deportivo y entretenimiento".

Asimismo, el directivo dijo que este mes de septiembre es, además, el punto de partida de grandes novedades para la compañía, ya que se está celebrando el Rugby World Cup England 2015. Para esto, ESPN brindará una especial cobertura del 18 de septiembre al 31 de octubre, bajo la consigna "poder vivir



lo mejor del deporte cuándo y dónde su fan quiera", entregando todos los canales y todos los dispositivos en HD, bajo una oferta multimedia.

López concluyó diciendo que todas estas variantes permitirán ofrecer "la mejor bienvenida a un año olímpico en donde seremos Official Broadcaster de los Juegos Olímpicos Río 2016".

## La voz de Francia en América

RFI, la emisora de radio del grupo público francés FMM, avanza en la región a través de distintos acuerdos con importantes operadores.



Radio France Internationale, la radio internacional de grupo France Médias Monde, sigue trabajando estrechamente con la cadena de TV France 24 en el sector de la difusión de señales pagas, que hoy reserva un espacio importante también a la distribución de contenidos de audio, tanto de canales

de música como de emisoras de radio nacionales e internacionales. Así lo aseguró Pompeyo Pino, Director de la distribución de RFI para las Américas, dentro de la Dirección de Estrategia y Desarrollo del grupo público francés FMM.

Con esta óptica la emisora presenta en Jornadas Internacionales sus diferentes canales de audio 24/7 con noticias del mundo transmitidas en varios idiomas: francés, español y portugués. "Al final del pasado año, lanzamos el canal de audio RFI Monde en francés 24/7 en el paquete digital de Cablevisión en Argentina, y en unos pocos meses nuestra radio internacional se colocó entre las más escuchadas de ese paquete", destacó Pino.

Hoy RFI es transmitida parcialmente



por más de 500 radios asociadas en continente americano. Una gran parte de ellas se encuentran en América Latina, y retoman contenidos de RFI en distintos idiomas. En algunos países como Chile, Bolivia, Ecuador, República Dominicana, Jamaica o Haití, que es francoparlente, hay también transmisores FM que transmiten RFI 24/7.

"Lo mismo, transmitimos nuestros programas de radio por teléfono con mucho éxito en todos los Estados Unidos en asociación con el operador AudioNow, basado en Washington, DC, y desde hace unos pocos meses también en México", explicó el entrevistado. Finalmente, informó que RFI llega a más de 27 millones de hogares de todo el continente americano mediante diversos sistemas.



LLEGÓ MÁSCHIC. EL CANAL DE ESTILO DE VIDA PARA LA MUJER DE HOY.

Disponible en cable y satélite

TU ESTILO DE VIDA

Www.maschic.com



# Venezuela: la industria ante un entorno adverso

Los operadores venezolanos apenas pueden plantearse la supervivencia del negocio ante una situación extremadamente desfavorable.



La industria de las telecomunicaciones y el cable, al igual que otros sectores de la economía venezolana, atraviesa una etapa prácticamente imposible de sobrellevar para quien pretende hacer negocios. Gustavo Ovalles, presidente de Asotel, una de las cámaras que reúne a los cableoperadores de ese país, explicó los pormenores del escenario que se presenta.

De acuerdo a lo que comentó, uno de los factores adversos es el marco regulatorio, una serie de normas que acotan seriamente el margen de maniobra de los empresarios: la Ley Orgánica de Telecomunicaciones establece con mucho desequilibrio los derechos y deberes de usuarios y operadores; la llamada Ley RESORTE "vigila los contenidos y es el instrumento de censura"; y la Ley Orgánica de Precios Justos estrangula la estructura de costos. En tanto, los impuestos generales y específicos de la actividad se llevan buena parte de los ingresos y las utilidades, según el caso.

La inflación, las devaluaciones y el control cambiario son "otra de las pesadillas que deben soportar los operadores", señaló Ovalles. En ese sentido, detalló las seis devaluaciones sufridas desde 2004 hasta la fecha y los múltiples tipos de cambio, que imponen a las compañías "una im-

posibilidad casi absoluta para adquirir los insumos, servicios y contenidos indispensables para su funcionamiento".

Las leyes laborales también aportan lo suyo. Concebidas teóricamente para garantizar los derechos de los trabajadores, han producido el efecto contrario: baja productividad, imposibilidad de crear nuevos empleos, crecimiento del trabajo informal, el denominado bachaqueo (contrabando) y delincuencia. "Se considera el trabajo solamente como un 'hecho social', olvidando la verdadera razón de ser del trabajo, 'un hecho productivo'", expresó el directivo para resumir los vicios de la legislación vigente.

Otra circunstancia que conspira contra el normal funcionamiento de la actividad es "la pésima calidad de los servicios públicos": de acuerdo al panorama descripto por el directivo de Asotel, "el colapso de de la generación, transporte y distribución de energía eléctrica, más la falta de planificación, provocan constantes fallas en el suministro; el agua potable sufre una crisis similar, con el agravante de la aplicación de una política comercial confiscatoria debido al cobro de tarifas fijas de acuerdo a la dotación sanitaria de los inmuebles, que obliga a pagar aunque no se produzca el suministro; la recolección y disposición de desechos funciona con grandes dificultades y genera importantes focos de contaminación ambiental". Finalmente, la inseguridad personal y de

los bienes perjudica el desarrollo de cualquier actividad comercial. Según la ONU, el índice de homicidios por cada 100.000 habitantes en Venezuela es de 57,6, detalló Ovalles. Lo comparó con los índices de otras naciones de la región como México (24), Costa Rica (8,5), Argentina (6) o Chile (4,6).

#### Medidas a tomar

Ante estas circunstancias, el titular de Asotel expresó algunas normas a seguir por los cableoperadores para poder sobrevivir:

- Cumplir con los tributos y evitar sanciones para tener mejores chances cuando se acude acudir a las instancias gubernamentales con el objetivo de plantear los puntos de vista del sector.
- Invertir con prudencia: ante el control cambiario y la dificultad en el acceso a las divisas, definitivamente las inversiones deben ser orientadas hacia los temas susceptibles de financiar con moneda local. En ese sentido, la capacitación del talento humano cobra prioridad.
- Potenciar la visibilidad institucional a través de las organizaciones gremiales empresariales.
- Abordar la seguridad como una "prioridad de primer orden" en la gestión empresarial. "Debemos tomar medidas preventivas dirigidas a resguardar la integridad personal y de los bienes", concluyó Ovalles.



## Debate y negocios en Panamá

Como todos los años, se llevó a cabo en julio el evento organizado por Tepal en Centroamérica. La sede fue la ciudad de Panamá y allí concurrieron numerosos operadores y proveedores.



El Hotle Sheraton Panamá fue la sede de Tepal 25, el evento organizado por la entidad que nuclea a diversas organizaciones y operadores latinoamericanos. Operadores y proveedores pudieron reunirse en las lujosas instalaciones con que cuenta esta sede, ámbito ideal para concretar conversaciones y negocios. Además, el programa del Congreso dio cabida a temas de actualidad para todos los participantes del mercado.



La reunión tuvo lugar los días 23 y 24 de julio y la apertura contó con la presencia del Alcalde del distrito de Panamá, José Blandón Figueroa. En esa ocasión Nicolás González Revilla, Vicepresidente de Tepal y gerente general de Cable Onda Panamá dio la bienvenida a los asistentes y expresó que era "un gran honor" tanto para él como para Cable Onda "ser anfitrión de la expo Tepal 25, el evento anual que coloca a Panamá más cerca del objetivo

de convertir al país en un host tecnológico de las Américas".

"Expo Tepal se convierte cada año en una vitrina que permite estrechar lazos, renovar y ampliar vínculos de negocios entre cada una de las compañías que forman parte de la organización de la asociaciones y empresas de telecomunicaciones para América Latina", afirmó.

Antes, el Alcalde saludó especialmente a los visitantes extranjeros y aseguró: "Tenemos definitivamente una industria muy competitiva, en constante transformación. Eventos como estos sirven para actualizarse, conocer las distintas ofertas y darles un mejor servicio a todos los clientes de la región".

En la previa, Mauricio Ramos, Presidente de Tepal y CEO de Millicom, había destacado que la entidad fundada en 1992 "asiste a sus asociaciones y empresas miembros, a programadores y proveedores de equipamiento, productos y servicios a fin de que se mejore la calidad de servicios que se ofrecen a los usuarios de telecomunicaciones y TV paga en América Latina y el Caribe".

En la agenda del Congreso se destacaron temas vinculados a tendencias de la industria, regulaciones o las finanzas de las telecomunicaciones. También fue interesante el foro de programadores, donde participaron representantes de los principales proveedores de contenidos para la región. También hubo espacio para las sesiones enfocadas en lo tecnológico. Allí se transitaron tópicos como Docsis, Wifi, interfaces y soluciones de video y HEVC (Codificación de vídeo de gran eficiencia).

### Propiedad intelectual y piratería

En el marco de Tepal 2015 se llevó a cabo también el II Foro Internacional sobre Propiedad Intelectual y Piratería organizado por el Capítulo Panamá de CERTAL, con el auspicio de la Unión contra la Piratería, que contó con la presencia de la Embajadora de Uruguay en Panamá, Ana María Bombau.

Luego de escuchar sus palabras, los asis-



Eduardo Stigol de Inter Venezuela y Nicolás González Revilla de Cable Onda cortan la cinta de la expo comercial. Junto a ellos Walter Burzaco de ATVC, Jorge Garro de Cabletica y Humberto García de Tepal tentes expusieron sus experiencias y terminaron formando una informal mesa redonda entre los participantes generando una sinergia entre todas las asociaciones, organizaciones gubernamentales, directivos y público presentes.

La apertura estuvo a cargo del Presidente del Capítulo Panamá, Luis C. Endara III, quien agradeció la presencia y apoyo de los panelistas y anticipó la realización de la 6° Cumbre de CERTAL en el mes de diciembre.

Luego intervinieron Ricaurte González

Torres, Fiscal Superior de Delitos contra la Propiedad Intelectual, Crisanta Quintero, Directora de Propiedad Intelectual y Seguridad Informática de Aduanas de Panamá, Anibal Fossatti, Académico de la Universidad Tecnológica de Panamá, y Virginia de Abajo-Márquez, Asesora Regional Anticorrupción de las Naciones Unidas, quien expresó que "hay abogados que se dedican a defender las marcas, pero las instituciones necesitamos ver como prosigue ese delito, porque por detrás, la maquinaria de la piratería sique funcionando".

Luego fue el turno de la mesa denominada "La Piratería en Marcas y Productos Comerciales", que también contó con prestigiosos disertantes. Por la tarde se concretó la presencia del Presidente de CERTAL Argentina y Jefe de Asuntos Legales y Clandestinidad de Cablevisión, Sergio Piris, quien marcó que para enfrentar la piratería "hay que trabajar en formas conjunta las empresas, asociaciones en jornadas y aumentar la capacitación a funcionarios judiciales, legisladores y miembros de las fuerzas de seguridad".

## "Hay muchas oportunidades"

En un intervalo entre las múltiples actividades de esta nueva edición de Tepal, Revista ATVC dialogó con Nicolás González Revilla, vicepresidente de la Junta Directiva de la entidad organizadora y gerente general de Cable Onda de Panamá.

El ejecutivo calificó como "muy positiva" la evolución del mercado del Cable en América Latina durante el último año. "Hay que ir país por país, ya que las realidades son diferentes, pero en general siguen habiendo muchas oportunidades", estimó.

Nicolás González Revilla

Entre los desafíos de la industria para la

de bienvenida

**Fiesta** 

etapa que atraviesa en este momento mencionó la implementación de TV Everywhere y "mejorar todos nuestros servicios". También afirmó que debe incrementarse la capacidad de las redes para dar una atención superior a los clientes.

En cuanto al mercado panameño específicamente, asequiró que lo ve "muy competitivo y

En cuanto al mercado panameño específicamente, aseguró que lo ve "muy competitivo y sofisticado", al tiempo que la clave para que

Cable Onda mantenga el liderazgo en ese mercado es "dar valor a todos nuestros clientes y un excelente servicio".



Tal como sucede todos los años, la primera noche después de la inauguración de Tepal se llevó a cabo la tradicional fiesta de bienvenida. En esta ocasión fue patrocinada por Scripps Networks, la compañía que lanzó

este año en la región el canal Food Network. El agasajo se realizó en el Gran Salón Barú, y estuvieron presentes ejecutivos de la empresa, Márcio Fonseca, Mauro Páez-Pumar y Nora Abrego entre otros.





## → Galeria de fotos



Alejo Idoyaga Molina y David Peredo de WOBI



Alex Behrens de HustlerTV y Willie Hernández de Condista Internacional



Amparo Pérez de EWTN



Andrés Rico y César Heredia de AZ



Eduardo Zulueta y Mauricio Ramos



Cableoperadores de ASOTEL



Carlos Boshell, Jorge Tatto, Lisbeth Eriksen y Frederic Groll-Bourel



ļ.....

Enrique Yamuni de Megacable ( Méx) y Carlos Moltini de Cablevisión ( Arg)



Christian Vanzini, Gustavo López, Alejandro Kember y Ana Carreño de AMC



Cosme López, Carolina Lavado y Carlos Cabrera



Dos generaciones de cableoperadores, Nicolás González Revilla, padre e hijo, de Cableonda Panamá



Ángel Zambrano de Turner, Alan Navarrete de Discovery, Mariano Berterreix de Fox y Jorge Carey, director de Tepal y VTR Chile



Gustavo Romay, Antonio Rodríguez y José Luis Vázquez de Mirada TV



Federico Péres de Disney&ESPN



Ernesto Rivera de Power&Telephone



Ignacio Guido, Daniel De Simone, Nancy Rolón y Ariel Katz



Mauricio Ramos, Nicolás González Revilla, Enrique Yamuni y Carlos Moltini



Mauro Páez-Pumar y Marcio Fonseca con Yoanna Alvarez de Cable Onda



Miguel Ocando de Grutel Venezuela



Nancy Rolón y Ariel Katz de TELEFE



Nicolás Aguirre, Nicoletta Polizzi y Wolfgang Domschke de WKD



Leandro Rzezak de Intraway y Jorge Schwartz de TV Cable Ecuador



Sergio Canavese, Jorge Ubalde, Alejandra Aramburu y Alberto Nowinski



Pablo Vargas y Claudio Baglietto de GolTV



Staff de AMT



Pablo Zehle, Jennifer Betancourt, Gustavo Bermúdez y Laura Zárate

.....



Rafael Díaz Infante de MVS



Susie Verdes y Gustavo Tonelli de Stingray



Matilde Boshell Carlos Boshell Mar Martínez-Raposo mboshell@mbanetworks.tv cboshell@mbanetworks.tv mmraposo@atresmediatv.com



### Acuerdo de distribución

Durante el trancurso de Tepal en Ciudad de Panamá, RFI y ADETEL anunciaron una alianza para que la dinámica Asociación de Empresas de Telecable de la República Dominicana promueva entre sus operadores miembros los programas con noticias sobre la actualidad mundial que la radio internacional francesa ofrece en español, francés y otros idiomas.



### **Anuncio de Stingray**

En el marco del almuerzo que brindó para agasajar a los asistentes a Tepal, Gustavo Tonelli de Stingray comunicó la reciente adquisición de los canales Djazz TV BV, Brava NL BV y Brava HDTV BV, que cuentan con una gran distribución, llegando a 35 millones de hogares en 50 países de Europa, África, Oriente Medio y el Caribe.

## **APTC** vuelve a Lima y prepara su VIII Cumbre

La capital peruana será el escenario del próximo encuentro organizado por la entidad que agrupa a los cableoperadores de ese país.

La comisión directiva de la Asociación Peruana de Televisión por Cable (APTC) llegó a un acuerdo con el hotel Sheraton de Lima para llevar a cabo en sus instalaciones en abril de 2016 la octava cumbre anual que reunirá a empresarios, cableoperadores, y proveedores de contenido, servicios y equipamiento.

Como ya es tradicional para APTC y sus socios comerciales, el encuentro constará de dos jornadas de charlas técnicas y capacitaciones, junto a la muestra comercial que contará con la presencia de destacadas empresas públicas y privadas involucradas con el sector.

"El sector se está moviendo de una manera vertiginosa, lo que nos lleva a programar charlas magistrales a cargo de las instituciones rectoras de nuestra actividad. Esto ayudará mucho al empresariado para que conozcan las reglas de juego y nadie sea sorprendido", destacó Demóstenes Terrones, presidente de APTC.

Por otro lado, dijo que la TV paga en Perú "se encuentra en un proceso de cambios tecnológicos en vistas a mejorar las redes HFC, y creciendo en el uso y servicio de Internet inalámbrico WiFi, para lo cual vienen utilizando soportes de última generación". Asimismo, agregó además que algunas empresas consolidadas ya están preparando sus redes para brindar Internet bajo el sistema Docsis en un futuro cercano. En tanto, concluyó afirmando que una

Demóstenes Terrones

de sus decisiones como presidente de la Asociación es la de "formar alianzas estratégicas con el Estado para afrontar una lucha frontal y decidida contra la piratería y la informalidad".

Entre avances tecnológicos y novedades relacionadas con el marco normativo, la industria del Cable en Perú se prepara para dar un salto cualitativo que le permita brindar a sus abonados la mayor cantidad de servicios.



PRODUCCIONES DE ALTA CALIDAD DESARROLLADAS PARA CADA PLATAFORMA, MAXIMIZAN LA EXPERIENCIA DEL USUARIO Y GENERAN MÚLTIPLES OPORTUNIDADES DE NEGOCIO.

# "Es fundamental escuchar al cliente"

Cablevisión

Gonzalo Hita, Gerente Comercial de Cablevisión, asegura que la adaptación a los nuevos hábitos de consumo debe ser lo más rápida posible.

#### - ¿Cuáles son las claves para que el Cable mantenga el liderazgo como distribuidor de contenido a los hogares, en un contexto de proliferación de nuevas plataformas?

- Lo principal es dejar de ser una industria que solo se concentra en la oferta, para pasar a ser una que escuche a la demanda. Entendiendo que lo que importa es la experiencia del cliente, esa experiencia no implica únicamente contenidos, sino también la accesibilidad a los mismos y todos los aspectos que hacen al servicio. La experiencia se conforma dando más de lo que el cliente espera en cada momento de contacto. Escuchar al cliente es fundamental, hoy nos pide a gritos que quiere ver lo que quiere, cuando quiere y donde quiere. Esta adaptabilidad a los nuevos hábitos de consumo no solo es necesaria para el cableoperador, sino para todo el ecosistema. principalmente quienes aportan el contenido. Los derechos de acceso a los mismos siguen dando una batalla que a las claras ha quedado en el pasado. La velocidad de adaptación debe ser más pronunciada.

#### ¿Qué estrategia tiene Cablevisión en ese sentido, como operador de referencia del mercado argentino?

- Trabajamos fuertemente en generar el cambio de plataformas. Estamos construyendo redes que soporten el aumento exponencial del streaming de video en nuestra red, y a su vez apostando a poner en marcha una nueva plataforma de acceso a los contenidos que revolucionará la forma de ver nuestra televisión tradicional. Por otro lado estamos trabajando con nuestros

colegas en la región y con nuestros socios estratégicos, los programadores, para conformar una oferta de contenidos que interprete las nuevas formas de acceso.

#### ¿Cómo se conjuga la necesidad de actualización tecnológica con las trabas administrativas y dificultades que existen para incorporar el equipamiento necesario?

- Nuestro país afronta un contexto político institucional complejo y una situación adversa fruto de las restricciones a las importaciones, los altos niveles de inflación, la carencia de dólares para acceder a las tecnologías, los altos aranceles de importación y el nulo acceso al crédito. La velocidad de innovación de nuestra industria requiere de fuertes y constantes inversiones para poder incorporar tecnología que redunde en mejores productos y servicios. Pese a ello, Cablevisión viene realizando importantes esfuerzos en materia de inversiones para mantenerse a la vanguardia de la innovación.

### - ¿Cuáles son actualmente las demandas más recurrentes de los suscriptores de Cablevisión? ¿Qué servicios, contenidos e innovaciones le solicitan al operador?

- Nos piden una experiencia simple e integrada, que la describen realmente como una experiencia en el consumo. Básicamente quieren poder ver cualquier contenido de nuestra programación comenzándolo cuando ellos quieran, pudiendo pausar y retroceder o avanzar incluso con la señal "viva", pudiendo además grabar contenidos almacenándolos en la nube, poder ac-



ceder todo dentro o fuera del hogar desde una TV, PC, tablet o smartphone, moviéndose de lugar y entre dispositivos a través de una única interfaz de usuario de una manera simple e intuitiva.

### - ¿Qué objetivos y prioridades se ha fijado Cablevisión en esta etapa del negocio? ¿Cuáles serán los temas centrales para la industria en el corto y mediano plazo?

- Nuestro principal desafío es acelerar lo máximo posible el cambio tecnológico y plataformas para ofrecer lo que hoy nos demandan, entendiendo que además debemos ocuparnos del crecimiento exponencial del transporte de datos tanto a través de nuestras redes como también del wifi dentro del hogar. La experiencia del cliente es una sola y no reconoce fronteras de servicio.

# NUEVA TECNOLOGÍA DONDE QUIERAS



TODO EN ALTA DEFINICIÓN Y EN TUS DISPOSITIVOS MÓVILES





















## Más que aprender a cocinar



de Food Network

Los canales relacionados con lo gastronómico tienen una buena performance entre el público latinoamericano. Food Network se suma a este género, pero con una particularidad que trae de las señales que maneja desde hace años en Estados Unidos: "Tenemos la comida como el tema principal, y todo lo que está alrededor de la comida está en el canal. No se trata solamente de aprender a cocinar", aseguró Marcio Fonseca, Director General de Scripps Food Network irrumpe en Latinoamérica con una propuesta de estilo de vida basada en la calidad y originalidad de las producciones.



Networks LatinAmerica.

Entrevistado por Revista ATVC en el marco de la última edición de TEPAL, agregó: "Nuestras señales son de inspiración, la gente se gueda motivada a cambiar su vida o a hacer algo distinto por lo que ven en la pantalla. Es un canal de estilo de vida. Veo que muy pocos canales tienen ese poder. La relación que hemos obtenido es única". El target principal del canal es de 25 a 54 años. En Estados Unidos hay un público femenino ligeramente mayor, pero los hombres lo ven también, aseguran desde Food Network. La compañía produce más de 2500 horas de contenido premium al año. El concepto es generar contenidos de vanguardia.

Algunos de los ciclos destacados que

se emiten en Latinoamérica son Giada at home, Grill it! with Bobby Flay, Cutthroat kitchen, Guy's grocery games, Diners drive-ins dives y Street feasts. "Los contenidos están armados para Latinoamérica, tenemos un on air propio en la región y hay mucho cuidado en el doblaje y en el lenguaje con el cual le hablamos a los televidentes", explicó Fonseca.

El canal cuenta con dos feeds en Latinoamérica: uno para Brasil en portugués y otro para el resto de la región que se emite en español. Actualmente la señal está presente en Brasil, Argentina, Chile, Uruguay, Colombia y Venezuela. "Estamos haciendo el trabajo de ventas con presencia en los shows para ampliar nuestra cobertura", concluyó el entrevistado.



## Una nueva propuesta para adultos

La señal Uruguaya, Divas TV, y ofrece como punto diferenciador el 100% de sus contenidos en español.

El mercado de la TV para adultos cuenta con jugadores bien establecidos. Sin embargo, una nueva señal llega desde Uruguay para complementar este segmento tan demandado por el público.

Divas TV es un canal que viene preparándose desde hace tres años, pero que recién se ha lanzado en su país en mayo de este año, y pretende expandirse ahora a todo el continente. Sus creadores comenzaron a filmar material en 2012 y cuentan ya con más de 1000 películas, la mayoría realizadas en Uruguay, y unas 160 en Argentina, con las cuales comenzaron a

emitir su programación.

Mauricio Peña, director del canal, ve la demanda del público a través de su experiencia personal, ya que desde hace años es propietario de clubes nocturnos y sex shops: "Lo primero que busca la gente es que el material sea amateur, y lo segundo que sea local. Está el tema de los acentos, de las cosas que se dicen en la intimidad. También prefieren que no tenga actrices demasiado operadas, que sea más de entrecasa".

Según el ejecutivo, "no existía a nivel latino una producción seria y en cantidad de películas XXX. En nuestro caso, la mayoría de los actores son uruguayos y argentinos, aunque también hay algunos colombianos, paraguayos y dominicanos. Una novedad es que comenzamos a hacer castings en distintos países, lo cual ha llamado mucho la atención".



En cuanto a la distribución, comentó que ya tienen cerrados acuerdos con cableoperadores de Uruguay, y existen negociaciones con otros de Argentina y República Dominicana: "Por una cuestión de vecindad, nos interesa especialmente ingresar en Argentina y todo el Cono Sur, aunque todos los mercados son importantes", señaló.





## Las razones de la expansión

Las fortalezas que han permitido al canal católico llegar a 31 millones de hogares en América Latina y España lo proyectan a continuar con ese crecimiento.

Basado en una programación atractiva tanto para los fieles católicos como para todos aquellos interesados en la actualidad, EWTN ha experimentado un incremento de la distribución en los últimos tiempos. De acuerdo a lo que aseguran las autoridades del canal, están muy satisfechos con el avance que viene experimentando en toda la región, con cada vez más sistemas de cable que entran en la industria y solicitan la señal católica a pedido de sus propios clientes. "En cada país hay nuevas aperturas para licencias de televisión y se suman nuevas empresas que dentro de la gama de canales que ofrecen incluyen a EWTN. En algunas instancias el cable operador ya conocía la señal porque anteriormente la había tenido en otra cabecera, en otras, sus nuevos clientes le exigen la señal católica", explicaron desde la señal.

Desde esta perspectiva, evalúan que el transcurso de este primer semestre del 2015 ha sido exitoso. EWTN ha logrado penetrar en 31 millones de hogares en Latinoamérica y España. El objetivo de los responsables de la señal es aumentar esta cifra en la segunda mitad del año. La estrategia se basa en la continua presencia en los diversas convenciones de televisión y comunicaciones que se programan a lo largo de la región, con el fin de captar los nuevos cableoperadores, acercase a los que aún no tienen la señal y darles a conocer el canal a los que no saben que EWTN existe como señal independiente, católica, privada y libre en el satélite.

"Nuestro objetivo principal es expandir esta misión de evangelización a todos los pueblos, que en cada rincón de Latinoamérica se pueda ver y escuchar la señal de la 'palabra eterna'. El evange-



lio de Amor que nos dejó Jesús. El mensaje reconciliador que permitirá que los pueblos estén unidos y reconquistemos la Paz", según afirmaron los ejecutivos de EWTN.

Dentro de este objetivo, vale la pena mencionar que se están alcanzando más afiliados también de radio con la señal de Radio Católica Mundial, ofreciendo la programación a emisoras radiales en toda Latinoamérica, la cual tiene una gran acogida en la región.

#### → S E R V I C I O S

## Videos con valor agregado

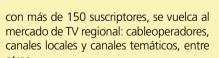
El servicio AFPTV que ofrece Agence France-Presse puede ser muy valioso para distinto tipo de clientes.



Agence France-Presse (AFP) es la agencia de noticias más antigua y una de las tres más importantes en el mundo. Por primera vez participa en Jornadas Internacionales para presentar a los visitantes su propuesta de videos de noticias, reportajes y archivos.

El crecimiento en América Latina de la agencia es continuo, así como su posicionamiento en el mercado gracias a su contenido: sinónimo de calidad editorial, rapidez y fiabilidad. AFP informa sobre eventos de la actualidad internacional (política, economía, conflictos, deporte, espectáculos, salud, ciencia y tecnología) gracias a su red única presente en cada rincón del planeta garantiza una cobertura en 6 idiomas, las 24h, en Video, Texto, Foto y Multimedia.

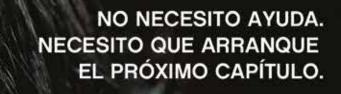
AFPTV es el servicio de video de la agencia, y su presencia en toda Latinoamérica,



Sus videos de noticias del mundo con narración en español, sus notas editadas y originales están listos para poner al aire y para todo tipo de canal.

Asimismo, AFPTV ofrece servicios de alto valor agregado como el acceso a sus videos de archivo sin costo adicional para suscriptores, sus videografías, y los goles de los eventos y ligas más importantes del mundo reproducidos en 3D.







# LA ÚNICA ADICCIÓN SOCIALMENTE ACEPTADA

EL CANAL Nº1 AHORA TE TRAE LAS MEJORES SERIES. LLEGÓ TNT SERIES. 24 HORAS DE NADA MÁS QUE SERIES.

f /TNTSeries @tntseriesla



# Las nuevas producciones de FIC LatinAmerica

La compañía viene de estrenar un nuevo feed de FOX Sports para Colombia y el paquete FOX Sports+ en Chile. Además, acaba de lanzar con éxito su serie Sitiados por FOX1, y prepara nuevos proyectos de ficción.

















El primer semestre de este año fue muy positivo para FIC LatinAmerica, tras seguir liderando en ratings en la región, donde también la señal Fox continúa desde hace más de una década como el canal de entretenimiento general número uno. El éxito también lo tienen seis de sus señales que figuran dentro del top 20 de TV paga: Fox Sports, Fox Life, FX, Nat Geo, Cinecanal y Film Zone.

"Alcanzamos una distribución que promedia los 70 millones de hogares para la mayoría de nuestras marcas, y con canales de la talla de FOX Sports 2 y FOX Sports 3 que continúan creciendo registrando un destacado aumento en su distribución durante el último año", dijo Edgar Spielmann, EVP & COO de FIC LatinAmerica.

Por otra parte, el ejecutivo adelantó que han lanzado un nuevo feed de Fox Sports para Colombia y el paquete FOX Sports+ en Chile, conformado por tres canales HD con destacados eventos deportivos. "Hemos fortalecido nuestra oferta no lineal. Hoy, Fox Play está habilitado en 20 países y se encuentra disponible en más de 70 operadores en América latina, posicionándose como el servicio de TV everywhere con mayor y mejor disponibilidad de consumo en la región", agregó.

En materia de contenidos, la compañía viene de estrenar su serie Sitiados en Fox1, la primera producción de época que alcanzó niveles de audiencia supe-



riores al promedio de los canales del segmento. En el caso de Fox Life se valió de apuestas innovadoras tales como Escuela para maridos, que ya cuenta con una segunda temporada confirmada en Argentina y versiones locales en México y Colombia. Adicionalmente, han replicado el formato de la producción Lucky Ladies, con una versión local para Brasil que tuvo una destacada recepción.

"Con Nat Geo incorporamos este año contenidos guionados como Quién mató a Jesús, eventos en vivo desde el espacio como Redescubriendo Plutón, y la participación de talentos locales en diferentes mercados, como los mexicanos Aleks Syntec y Alfonso 'Poncho' Herrera, y los argentinos Germán Paoloski y Marley", añadió Spielmann, y remarcó que con el lanzamiento del primer late night show de Fox Sports,

Nunca es tarde, sumaron al canal a la audiencia femenina

#### **Producir a medida de la audiencia** En este último cuatrimestre del año, la

compañía se encuentra trabajando incansablemente en nuevos proyectos de ficción, algunos que ya están en etapa de preproducción y otros que comenzarán a rodarse los próximos meses. Además, han confirmado producciones no quionadas tales como la nueva temporada de 'Escuela para maridos' para Argentina, sus versiones locales para México y Colombia, y la segunda temporada de Lucky Ladies en México y en Brasil. Entre las nuevas series que llegarán a sus señales se destacan Scream Queens y American CrimeStory, junto a nuevas temporadas de American Horror Story en FX, TheWalkingDead en Fox -casi en simultáneo con Estados Unidos-, Empire en Fox Life y Explorer 2.0en Nat Geo. Asimismo, el paquete premium contará con nuevas series de la talla de Flesh and Bones, Ash vs. Evil Dead v nuevas temporadas de Homeland, Da Vinci's Demons y Salem, y decenas de block busters como The Hobbit: Thebattle of the five armies, Exodus: Gods and Kings y Taken 3, entre otras. En tanto, en el género deportes, Fox Sports ofrecerá grandes eventos en vivo y en exclusiva, tales como el Gran Premio de F1 de México, Bundesliga, NFL, Copa Sudamericana, UEFA Champions League y Fórmula E.



Play es acción, diversión, juego y entretenimiento. Es ser pioneros, moverse, avanzar y no detenerse. Fuimos los primeros en acercarte Triple Play y somos los primeros en tener nuestra propia OTT.



[ A LA VANGUARDIA. SIEMPRE. ]











BUENOS AIRES / SANTA FE / ENTRE RÍOS / CORRIENTES / CHACO / MISIONES

## **Una iniciativa federal**





Con la consigna "Capacitación profesional para consolidar el futuro", el Sindicato Argentino de Televisión, Telecomunicaciones, Servicios Audiovisuales, Interactivos y de Datos (SATSAID) ha puesto en marcha este año la Unidad Móvil Satelital de Capacitación en Producción Audiovisual.

Diseñada funcionalmente para ser utilizada como móvil escuela en todo el país, la Unidad Satelital cuenta con tecnología Full HD-SD, facilidades de producción, capacidad de uplink satelital, switcher para trabajar con seis cámaras y una consola de 24 canales de audio. Fue construida por el SATSAID con aportes propios y del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios de la Nación.

"El objetivo del Sindicato es ofrecer capacitación a todos los trabajadores audiovisuales del país con los elementos técnicos más avanzados. Como lo venimos haciendo hace años desde nuestra escuela, con cursos presenciales y a distancia, queremos que nuestros afiliados estén permanentemente capacitados con la más moderna tecnología, ya que son par-

La Unidad Móvil Satelital de Capacitación en Producción Audiovisual del SATSAID continúa brindando en distintas provincias servicios para beneficio de los afiliados y de toda la industria.

te fundamental de una actividad que está en constante crecimiento y actualización", aseguró Horacio Arreceygor, secretario general del gremio.

El móvil fue presentado en el mes de abril en el Multiespacio Darwin de la Ciudad de Buenos Aires ante gerentes técnicos, operativos y artísticos de los canales de aire y de las principales productoras de televisión y empresas de la actividad de Argentina. Desde ese momento, está recorriendo el país y realizando en vivo en diferentes lugares el programa del sindicato, Imagen de trabajo, que se transmite por el canal América 24 y donde se muestra toda la actividad del gremio.

La unidad ya ha visitado las provincias de Entre Ríos, Chubut, Buenos Aires (Bahía Blanca y Trenque Lauquen), Santa Fe (Rosario), Catamarca, Corrientes, Chaco (Resistencia), Misiones (Posadas y Oberá), La Rioja y Córdoba (Capital, Río IV y Villa María). En las próximas semanas, tiene programado visitar Tierra del Fuego (Ushuaia) y Santa Cruz (Río Gallegos).

Es importante destacar que las capacitaciones no sólo están destinadas a los afiliados, sino también a aquellas personas que trabajan en el medio y quieran ampliar sus conocimientos profesionales. "Como gremio, estamos convencidos que nuestra actividad no debe limitarse sólo a la defensa del empleo, los salarios y las condiciones de trabajo, sino que también debe atender a todo lo que esté alrededor del trabajador y su familia, como su salud, recreación, turismo, deportes, cultura y también a su desarrollo profesional como parte esencial de la televisión", expresó Arreceygor.

"Estamos orgullosos y satisfechos con el trabajo que a partir de este proyecto venimos realizando", concluyó el secretario general.



## SAL y la profesión del locutor



La Sociedad Argentina de Locutores (SAL) conmemoró el pasado 18 de junio el Día de la Reafirmación de la Profesionalidad recordando la normativa vigente de profesionalidad del locutor en la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, capítulo VIII, donde afirma que los licenciatarios o autorizados de los servicios de comunicación audiovisual pueden emitir publicidad respetando las incumbencias profesionales.

La SAL destacó además que dicha profesión está reglamen-

tada por Resoluciones y Convenios Colectivos de Trabajo que normativizan su desempeño otorgándole funciones exclusivas. Las mismas establecen que la mención de marcas y bondades de los productos es compromiso exclusivo del locutor profesional debidamente habilitado.

En tanto, la entidad recordó que todas las emisoras de radiodifusión deben empadronarse online en su sitio web. Allí, podrán generar además las declaraciones juradas y las boletas de pago de sus obligaciones como agentes de retención.

# EXPLORÁ EL MUNDO EN EN

# DiscoveryHD

VENTAS AFILIADOS: +54.11.4000.4030 / 4031
SERGIO CANAVESE - REGIONAL DIRECTOR
CLAUDIO SANTIAGO ISOLANI - ACCOUNT MANAGER

# Un gigante que pisa cada vez más firme

Tanto con su canal insignia AMC como con sus otras señales, AMC Networks se consolida como uno de los programadores de relevancia en Latinoamérica.

Si bien es uno de los jugadores que ha ingresado de manera más reciente en el mercado latinoamericano, AMC es un actor de peso tanto por historia como por su envergadura en el mapa mundial del entretenimiento. Por esa razón, en estos dos años de presencia como proveedor de señales, ya tiene un lugar establecido entre los grandes de la región.

Gustavo López, vicepresidente de distribución de AMC Networks International - Latin America hace un breve repaso de lo acontecido hasta ahora, pero mira también lo que va a venir: "En apenas dos años que llevamos en el mercado hemos crecido de una manera enorme. Con AMC lanzamos en octubre del año pasado y ya estamos en más de la mitad de los hogares de TV paga en la región, y pensamos seguir creciendo. Lo más interesante, lo que nos tiene más entusiasmados, son las tres nuevas series originales que vamos a pasar por AMC a finales de este año. Dos de ellas han sido los trailers más comentados en Comic-Con en San Diego este año. Fear The Walking Dead creo que es la serie más esperada en todo el mundo".



Días más tarde de esta entrevista, las audiencias le dieron la razón al ejecutivo, ya que el primer capítulo de esta producción estrenado el 23 de agosto promedió 10,1 millones de espectadores en Estados Unidos, convirtiéndose de esa manera en el estreno más visto en la historia de la TV por Cable de ese país.

Pero no todo es Fear TheWalking Dead para AMC. López señaló también la expectativa que hay en la señal por otras dos producciones que vienen en camino. Una de ellas es Humans, que ya se estrenó en Estados Unidos y llegará en exclusiva por el canal para América Latina al terminar Fear The Walking Dead en octubre. Y en diciembre será el estreno de Into the Badlands. Según se encargó de puntualizar el ejecutivo, "es la producción más grande que hemos hecho como empresa en AMC, basada en una leyenda china. En este caso, va a aparecer de manera simultánea con los Estados Unidos".

Esa es entonces la estrategia de la compañía y del canal para continuar abriéndose paso en una región exigente y disputada por los programadores: "Seguimos apostando de esta manera al contenido diferenciador. Desarrollando estas series estamos cumpliendo con la promesa que hicimos cuando lanzamos AMC en octubre de 2014 de traer la mejor producción de AMC a América Latina por nuestra pantalla", resumió el entrevistado.

López explicó que el objetivo es "que la gente asocie la marca AMC con los productos que nos han hecho un canal único en la televisión contemporánea en Es-





tados Unidos. Estamos en los operadores principales en Latinoamérica y queremos seguir avanzando a medida que afianzamos la marca".

Al hablar de las señales de estilo de vida, mencionó la renovación de señales y recordó la modificación sufrida por Casa Club TV, que ahora se convirtió en Más Chic. "Tenemos la idea de que el contenido local tiene que ser relevante. Pensamos que las mujeres en Latinoamérica han cambiado y la idea de Más Chic era refrescar la señal con un contenido útil para la mujer latinoamericana de hoy", apuntó.

Luego dio más detalles sobre Más Chic, y la repercusión que tuvo el cambio de marca: "Nuestros socios operadores lo han recibido de manera muy positiva. El nombre Más Chic ha pegado mucho. Los colores también. Es un canal mucho más vibrante, mucho más vivo que lo que era antes. En lo gráfico les ha gustado mucho a los operadores. Es un cambio total. Casi toda la programación es nueva. Es una programación el 70% producida en español, con talento en español, no como otros canales de estilo de vida que la mayoría de los contenidos son de Estados Unidos".











# Una nueva propuesta que llega desde Europa





La grilla de programación de CincoMAS la nueva propuesta de Mediaset España, se articula en torno a una selección de los productos de ficción, entretenimiento y actualidad más sobresalientes de Mediaset España. La señal se nutre especialmente de sus principales canales: Telecinco, líder en audiencia en territorio español, y Cuatro. CincoMAS ya se encuentra disponible para los operadores de toda América a través de los satélites SES 6 y Galaxy 23, lo que garantiza una excelente cobertura en todo el continente con un alcance potencial de más de 450 millones de espectadores.

Entre lo más destacado de su oferta de ficción se encuentran producciones como "El Príncipe", la serie más vista en España en 2014 y 2015; las comedias "La que se avecina", "Gym Tony" y "Anclados", y también ficciones dramáticas tales como "Hospital Central" y "El Comisario". En lo que hace a programas de actualidad, se destacan "El Programa de Ana Rosa", conducido por Ana Rosa Quintana, y "Sálvame Deluxe", show presentado por Jorge Javier Vázquez donde el universo de las celebrities es analizado con una cuota de humor. Ambos presentadores fueron galardonados con el Premio Ondas a la mejor presentadora y al mejor presentador de Televisión, respectivamente.

Asimismo, también formarán parte de la programación de CincoMAS el programa "Cámbiame", donde personas anónimas deciden someterse voluntariamente a un cambio de imagen; factuals de investigación como "Conexión Samanta", y "Ca-

CincoMAS HD, la señal internacional de Mediaset España para latinoamérica, reúne las mejores producciones de esta emisora.

llejeros", que a través de reportajes de corte personal conectan al espectador en distintas realidades sociales y culturales. La información deportiva llega de la mano de los desenfadados periodistas Manu Carreño y Manolo Lama, y la de actualidad está presentada por el reconocido periodista Pedro Piqueras (Premio Ondas al mejor presentador de Informativos).

"Con toda esta oferta CincoMAS persigue el objetivo de brindar al espectador americano de habla hispana un producto de alta calidad, tanto en aspectos formales y de contenido como en señal y calidad de emisión", señaló Xosé Manuel Barreira, Director del canal.

En cuanto al mercado argentino y su expectativas para Jornadas Internacionales, Barreira expresó: "Argentina es uno de los mercados más maduros y con mayor penetración de la TV paga. Y es, por lo tanto, uno de los principales mercados sobre los que queremos trabajar para la implantación de CincoMAS. Nuestro objetivo es hacer llegar la señal de nuestro canal y su oferta de programación a todos los operadores del sector. Estamos confiados en que esta feria nos permitirá acercar nuestros productos de mayor éxito al número más grande de operadores posible a este lado del Atlántico".









# Gigared lanza su propia plataforma tecnológica

Este importante operador, con presencia en varias provincias argentina, cuenta con una plataforma que supera lo que conocemos como OTT para ofrecer más servicios.





Con importantes inversiones, Gigared continúa creciendo y afianzándose en el mercado, tanto con servicios residenciales como corporativos. Según explicó Carlos Granzotto, Gerente General de la compañía, los esfuerzos actuales están orientados a garantizar mayor movilidad y velocidad a su red. En diálogo con Revista ATVC, el ejecutivo tocó distintos temas.

#### - ¿En qué área geográfica opera Gigared?

- Gigared cuenta con una extensa red de fibra óptica única en su tipo, que une las más importantes ciudades del Litoral Argentino y Buenos Aires. Específicamente operamos en Buenos Aires, Santa Fe, Entre Ríos, Corrientes, Chaco y Misiones.
- ¿Qué tipo de redes utilizan y qué servicios ofrecen a sus suscriptores? ¿Qué novedades están implementando para ofrecer más y mejores prestaciones?
- Ofrecemos servicios de internet, televisión y telefonía tanto para el seg-

mento de residenciales como para corporativos. Nuestra red básica utilizada es de tipo HFC (Hibrido de Fibra Óptica y Cable Coaxil). Estamos implementando una arquitectura de fibra a la casa para aquellos casos que requieran mayor velocidad y/o confiabilidad del servicio. También estamos finalizando la migración de los cablemódems hacia la última tecnología disponible, Docsis 3.0, para garantizar mayor velocidad y movilidad. Asimismo, nos pusimos como meta ser el primer cableoperador en salir con nuestra propia plataforma tecnológica "Espacio Giga" con secciones y productos innovadores y de interés a nuestro público, además de ofrecer los contenidos Play de las señales.

- ¿Cómo afronta la compañía la creciente demanda que manifiestan las audiencias de acceder a los contenidos en cualquier momento y en diversas plataformas?
- Este año hemos cambiado nuestra web, enfocándonos principalmente en que el diseño se adapte a las pantallas del dispositivo, con un diseño tecnológico y una navegación fácil e intuitiva. Por otra parte, fuimos los primeros en Argentina en lanzar una novedosa aplicación "Guía Gigared", que facilita la búsqueda de programación por días, horarios y canales, y además se puede configurar alertas. "Espacio Giga" supera ampliamente a lo que todos conocemos como OTT y estamos orgullosos de presentar una plataforma tecnológica y distinta a cualquier otro desarrollo del mercado. Además de que el usuario pueda interactuar con las señales Play, que la mayoría ya tenemos, quisimos agregar valor sumando una sección de conte-

nidos de producción propia y de interés para el cliente. Así incluimos otra sección en donde pueden subir sus propios videos y muy pronto habilitaremos la sección "Comunidad" para que compartan recomendaciones con personas de gustos afines y contenidos de generación propia (algo más que una red social tradicional).

### - ¿Cuáles son las prioridades de inversión en esta etapa?

- Tenemos tres eslabones que se encadenan para que nuestro servicio pueda llegar a la casa del cliente: Acceso, Transporte y Acceso a Internet. En relación al tema Acceso, estamos finalizando recambios de tecnología Docsis 3.0 que implica recambio de terminales de cliente (cablemódems). En paralelo, para quienes requieran servicio de alta velocidad, estamos trabajando con acceso de fibra a la casa (FTTH). En lo relacionado a Transporte, nos enfocamos en dos frentes: por un lado aumentar la capacidad con tecnología DWDM que soporta hasta 40 longitudes de onda de 100 Gbps, un total de 4 Tbps, y por el otro mejorar la confiabilidad. En Acceso a internet, el objetivo es mejorar la interconexión con los carriers principales que nos dan conectividad con internet incrementando la capacidad contratada e interconectándonos con nuevos operadores internacionales.

### - ¿Cuáles son los objetivos a cumplir para lo que resta del año?

- En 2014 crecimos en televisión e internet alrededor de un 15% y este año esperamos superar ese porcentaje en cantidad de abonados. Estos números nos han posicionado como la compañía de mayor crecimiento en la región.

JORNADAS INTERNACIONALES 16, 17 Y 18 DE SEPTIEMBRE STAND 30 HILTON BUENOS AIRES









- Geolocalización
- Monitoreo
- Portal Cautivo



OSS PROVISIONING PARA GESTIÓN DE SERVICIOS Y DISPOSITIVOS



- · Control de Contenidos
- · Mejor velocidad de respuesta
- · Ahorros en Ancho de Banda



CACHE DE CONTENIDOS WEB FILTERING



- Soportes para estándares EPON Y GPON
- Solución completa para el head end y el abonado
- · Provisioning flowdat compatible



EQUIPAMIENTO PARA PROVEER SERVICIOS NPLAY EN REDES PON







Tel.: +19544067003
Tel.: +54 341 4248123
comercial@interlink.com.ar
www.interlink.com.ar

## NHK sigue apostando al Cono Sur



NHK World, el servicio televisivo en inglés para espectadores de todo el mundo que a través de tres satélites de telecomunicaciones ofrece la más reciente información de Japón, Asia y el resto del mundo, así como sobre una amplia gama de programas las 24 horas del día, estará presente en Jornadas de Cable una vez más. La señal participa hace varios años de este evento, en pos de afianzar su objetivo de completar su penetración en toda América latina, y así de llevar la cultura nipona a la mayor cantidad de territorios posibles alrededor del Mundo. Por otra parte, siendo NHK la única emisora pública de Japón, existe un gran interés por parte del gobierno de este país de fortalecer la difusión internacional de su cultura, ya que Tokio será la sede de los Juegos Olímpicos de Verano en 2020.

Con nuevos estrenos y la prueba piloto con subtítulos en español, la señal originada en Japón se acerca cada vez más al público de la región.

Tal como lo expresó hace una de sus ejecutivas, Miyuki Nomura, "en los Estados Unidos la señal es muy bien recibida, obviamente porque es una señal en inglés, pero también porque es percibida como una fuente confiable de todo lo relacionado a la cultura asiática. Confiamos en que una vez que subtitulemos nuestro canal, lo mismo va a suceder en Argentina, y en el resto de América Latina".

Para aumentar sus chances de penetración en territorio Latinoamericano, cabe agregar que el canal nipón inició el pasado mes de Julio una prueba piloto de subtítulos en español en América Latina. Se trata de un test que culminará en marzo de 2016 y cuyo objetivo es el de estudiar la viabilidad y la eficacia del multilenguaje. Si el proyecto tiene éxito, la idea es extender los subtítulos a toda la programación de NHK, exceptuando los eventos en vivo y las noticias.

En cuanto a su programación, cabe destacar que el sábado 29 de agosto presentó" Artist in Motion", un programa especial sobre uno de los pioneros del animé y creador del legendario Astro Boy, OsamuTezuka, el cual examina los triunfos y las tribulaciones de un extraordinario artista en su exploración de nuevas formas de expresión.

Asimismo, durante el mes de Septiembre, se destacan las emisiones de los programas "Otoño en Tohoku y Muñecas de" Kokeshi ".





## Una apuesta a la calidad

Es la estrategia de la compañía mexicana para penetrar con sus señales en toda la región.

Revista ATVC dialogó con Rafael Díaz Infante. International Marketing Manager de MVS Televisión. El tema principal fue la distribución en Latinoamérica. Este es el cuadro de situación, según el ejecutivo: "Estamos generando esfuerzos para crecer en toda la región. Hemos logrado que más cableoperadores reconozcan la calidad de nuestras señales. La constante evolución de ellas y de sus contenidos nos ha permitido que cada vez más sistemas de TV paga nos incluyan en sus grillas".

En cuanto a los contenidos, destaco lo que se ofrece en los canales de cine Cinelatino y Multipremier. También valoró el hecho de ofrecer "señales con perfiles muy definidos como Claro Sports, sumado al reciente lanzamiento de nuestro canal musical NU music y la inclusión de MCHD, que transmite películas de acción, terror y suspenso".

Consultado acerca del mercado argentino, expresó que se trata de "un mercado muy importante debido al nivel de penetración que tiene la TV de paga en los hogares. Además, Argentina es un mercado que ha tenido una evolución ascendente y eso provoca que sea muy atractivo para nosotros, los programadores".

El balance de lo que va del año es positivo para la compañía. Según Díaz Infante,



el canal ha crecido y pretende seguir haciéndolo. "Continuaremos esforzándonos para que nuestras señales ayuden a los cableoperadores a tener una pantalla atractiva y con contenidos de gran calidad", concluyó.

## Nuevas formas de ver y hacer televisión



Estamos completos y en HD



**Entretenimiento** 

**Series** 

**Deportes** 

**Noticias** 



**Telenovelas** 

Contenidos exclusivos



Música

**Espectáculos** 

Estilo de Vida



Cine de Época Mexicano

Otros contenidos exclusivos



aztvdepaga.com



## Un gran año para Discovery

Al rebranding de sus señales HD y un primer semestre récord en rating, suma nuevas producciones originales realizadas en la región.





Discovery Networks Latin America/US Hispanic viene atravesando un año lleno de desafíos e innovación. Luego de haber anunciado el pasado marzo el rebranding de sus señales en alta definición, TLC HD y Discovery HD Theater, las mismas pasaron a llamarse Discovery World HD y Discovery Theater HD.

Por otro lado, el pasado julio Discovery Networks alcanzó el mejor primer semestre en audiencia de su historia con su portafolio de canales para América Latina y el mercado hispano de Estados Unidos, manteniendo el liderazgo en sus tres géneros claves de programación: factual, estilo de vida y preescolar.

Discovery Turbo en el paquete básico está demostrando gran crecimiento en la región, con un total de 21 millones de suscriptores acumulados a la fecha. Sergio Canavese, director de Ventas Afiliadas de Discovery Networks Latin America/U.S. Hispanic, dijo que su oferta en HD "está en aumento con seis canales: Discovery Theater HD, Discovery World HD, Discovery Channel HD, Discovery Home & Health HD, Discovery Kids HD e Investigation Discovery HD". En lo que refiere a contenido y a producciones originales, este año se estrenó la segunda temporada de MasterChef Argentina en Discovery Home & Health y, en Discovery Kids la versión latinoamericana de Hi-5 Fiesta que a finales de agosto comenzó las grabaciones de su segunda temporada.

Discovery presenta este año en Jornadas todo su contenido relevante para la industria, nuevas señales, y adelanta sus próximas producciones junto a las novedades que brindan todas sus plataformas. "Este encuentro es la principal atracción que nos convoca cada año, y permite reunirnos con todos los referentes de la industria local y de la región", destacó Canavese.

En tanto, mencionó que por su gran concurrencia, Jornadas "es un lugar que nos acerca aún más a nuestros clientes, personalidades del sector y constituye un espacio de reencuentro con colegas". Añadió que consideran al evento como una "excelente oportunidad para dar a conocer nuestras novedades y acercarnos a los distintos desarrollos tecnológicos que están llevando a cabo nuestros clientes, además de ver en qué posición se encuentran para distribuir nuestras señales, sobre todo con nuestra oferta HD".











### Semestre récord

Discovery Networks Latin America/U.S. Hispanic (DLA/ USH) alcanzó este año el mejor primer semestre en su historia en cuanto a mediciones, tanto para América Latina como el mercado hispano de Estados Unidos.

"Este primer semestre de ratings récord demuestra la solidez de nuestro portafolio," dijo Carolina Lightcap, Head of Content para el portafolio de 13 canales de Discovery en Latinoamérica y el mercado hispano de Estados Unidos. "Tras el éxito sin precedentes obtenido durante el 2014, enfrentábamos el desafío de mantener el alto rendimiento de nuestros canales. Nos satisface ver que nuestro portafolio sigue creciendo, gracias a la excelente labor de nues-

tro equipo y la alta calidad de nuestros contenidos", agregó.

Discovery Channel aumentó aumentó su audiencia un 14% en comparación al año anterior y se ubicó entre los cinco primeros canales de TV Paga a nivel panregional. Discovery Kids se mantuvo como el canal preescolar líder a nivel panregional entre el público infantil de 4 a 11 años, y el canal de TV de paga número uno entre mujeres de 25 a 49 años.

El resto de los canales, como Discovery Home & Health, Investigation Discovery, Animal Planet, TLC y Discovery US Hispanic también aportaron excelentes mediciones para consolidar un semestre histórico.



# DIRECTORES & DIRECTORAS CREADORES DE LAS OBRAS AUDIOVISUALES



Declará tus obras online en www.dac.org.ar ARGENTINA 0800-3456-DAC (322) - INTERNACIONAL • 54-11-5274-1030

www.directoresav.com.ar · El sitio del Audiovisual

Directores Argentinos Cinematográficos

Asociación General de Directores Autores Cinematográficos y Audiovisuales



# Más contenidos para Gol TV



El canal dedicado exclusivamente al fútbol incorporará a su programación los partidos del campeonato venezolano y las eliminatorias de la Concacaf.

GoITV, la Asociación de Clubes de Fútbol Venezolanos y representantes de la Federación Venezolana de Fútbol firmaron un acuerdo para otorgar a la señal los derechos televisivos del torneo local a partir del 2016 por dos años y con opción a dos más. Inicialmente comenzarán con la transmisión de cinco partidos semanales para todo el exterior, con la intención, en un plazo corto, de transmitir los 10 compromisos.

El presidente de la Federación Venezolana de Fútbol, Laureano González, expresó: "Este es el contrato más importante en la historia del fútbol en Venezuela. Hoy es un día de fiesta y es un paso más en el crecimiento indetenible del fútbol nacional".

Por otra parte, GolTV suma La Clasificación de Concacaf para la Copa Mundial de Fútbol de 2018. Este torneo determinará a los clasificados por parte de la Confederación de Fútbol de Norte, Centroamérica y el Caribe (Concacaf) a la Copa Mundial de Fútbol de 2018 a realizarse en Rusia.

El torneo compuesto por 35 naciones, consta de 5 rondas de las cuales finalmente clasifican los tres primeros al Mundial, mientras que el cuarto puesto pasa a jugar el repechaje intercontinental. La competencia finaliza en noviembre de 2017.

La demanda que GOLTV está teniendo a nivel panregional está en constante crecimiento, debido a la calidad de su contenido que seguramente va a



satisfacer por completo a los nuevos suscriptores, aseguran sus ejecutivos. Claudio Baglietto, gerente de Ventas Afiliadas, señaló: "Sabemos la preferencia del público por el fútbol. Nuestro constante crecimiento obedece a que llevamos a los hogares este maravilloso deporte hecho TV".



La nueva serie Crimen americano llega a la pantalla de AXN. Una excelente noticia para los fanáticos del género.

Con un doble capítulo que se emitió el 4 de septiembre, AXN puso en pantalla el esperado estreno de su nueva serie Crimen americano. El elenco de este drama está conformado por Felicity Huffman como Barb Hanlon, Timothy Hutton como Russ Skokie, W. Earl Brown como Tom Carlin, Richard Cabral como Hector Tontz, Caitlin Gerard como Aubry Taylor, Benito Martínez como Alonzo Gutiérrez, Penélope Ann Miller como Eva Carlin, Elvis Nolasco Carter como Nix, Johnny Ortiz como Tony Gutiérrez y Regina King como Aliyah Shadeed.

## Un estreno esperado

El productor ejecutivo de "American Crime" es John Ridley, ganador del Oscar® por la película "12 Years a Slave". Recientemente, la serie ha sido nominada para un total de 10 categorías de los Primetime Emmy, incluyendo: Mejor Serie Limitada, Felicity Huffman como Mejor Actriz Principal en una Serie Limitada, Timothy Hutton como Mejor Actor Principal en una Serie Limitada, Regina King a la Mejor Actriz de Reparto en una Serie Limitada, Richard Cabral por Mejor Actor de Reparto en una Serie Limitada, y John Ridley para Mejor Guión de una Serie Limitada.

#### La historia

Tras el asesinato dentro de la casa de Matt Skokie -un veterano de guerra- y el ataque a su esposa Gwen, cuatro sospechosos son puestos en custodia:





Tony Gutiérrez, un adolescente que se propuso hacer algo que estaba por encima de sus posibilidades reales, aún estando bajo la atenta mirada de su dedicado y trabajador padre, Alonzo Gutiérrez; Hector Tontz, un hombre joven que ha vivido su vida en los límites de la sociedad y ha tomado malas decisiones sólo para poder sobrevivir; y Carter Nix y Aubry Taylor, dos almas perdidas cuya adicción a las drogas y su relación del uno con el otro, se ha convertido en destructiva y paralizante. Allí arranca la historia.

# Canal en inglés 24/7 desde JAPÓN

NHK WORLD TV es el servicio de televisión internacional transmitido en inglés para el público extranjero. Transmite las 24 horas a través de todo el mundo. llevando a las pantallas las noticias más recientes, así como una amplia variedad de programas.

### Como sintonizar

APP Servicio de video streaming disponible descargando la aplicación gratuita para teléfonos inteligentes y tabletas.



iPhone®, iPad® ...

App Store™

Android™

Google Play™

Kindle Fire

Amazon Appstore

Servicio de video streaming disponible en el sitio web de NHK WORLD.

nhk.jp/nhkworld









### Disponible en VOD www.nhk.or.jp/nhkworld/en/vod







# Warner Channel celebró sus 20 años

En 2015 el canal llegó a las dos décadas de presencia en la región convertido en uno de los preferidos de la audiencia y con muchas novedades en su pantalla.

Warner Channel cumplió un nuevo hito en su rica historia: este 2015 llegó a los 20 años de presencia en Latinoamérica, instaurándose como uno de los canales líderes dentro de la oferta de entretenimiento. Y con todo este recorrido y con otras tantas metas por delante, decidió celebrarlo junto a la audiencia con imperdibles propuestas y novedades.

Vicky Zambrano, VP y Gerente de Warner Channel, comentó: "Es tiempo de celebración, y queremos hacerlo junto a







la gente. En lo personal me siento orgullosa de ser parte de este canal, donde tengo la oportunidad de trabajar junto a un equipo increíble que día a día se compromete a brindarle a nuestras audiencias las mejores opciones de entretenimiento".

"Al cumplirse veinte años de su lanzamiento en Latinoamérica, es a la vez una gran responsabilidad y un desafío por demás motivador para nosotros en Turner continuar con el legado de una marca tan poderosa y reconocida como Warner Channel, con tanta llegada entre la gente y con potencialidades aún por desplegar. No quiero dejar de felicitar tanto a HBO como a Warner Bros. por este acontecimiento y por la visión única que le han aportado, con éste y otros productos exitosos, a la industria de la entretención", agregó.

Por su parte Mónica Trueba, Directora de Marketing de para Afiliados, Warner Bros. International Branded Services, afirmó: "En Warner Channel estamos muy contentos de estar celebrando nuestro 20º aniversario, entreteniendo a los televidentes de toda América Latina y Brasil con las mejores series de la televisión, además de películas y eventos







especiales. Para los próximos 20 años tenemos el compromiso de continuar con nuestro nivel de excelencia, y muy entusiasmados con las oportunidades en tecnología, además de seguir complaciendo los gustos de nuestra gran audiencia. Estamos muy orgullosos de nuestro pasado y ansiosos por un excitante futuro".

## Una buena opción para los ansiosos



Fox palpita el estreno mundial de la sexta temporada de The Walking Dead en octubre y ofrece una oportunidad única para revivir las cinco temporadas completas de la serie que año a año suma fanáticos alrededor del mundo.

Desde el martes 25 de Agosto hasta el viernes 9 de Octubre, a razón de dos episodios por noche, Fox emite todos los capítulos existentes hasta el momento de la exitosa serie emitida en más de ciento veintidós países y vista por más de 245 millones de personas en todo el mundo.

Basada en la serie de historietas escrita por Robert Kirkman y publicada por Image Comics, The Walking Dead cuenta la historia de los

meses y los años siguientes a un apocalipsis zombi y gira en torno a un grupo de sobrevivientes liderados por un oficial de policía, Rick Grimes (Andrew Lincoln), que viaja en busca de un lugar seguro en donde vivir. En este escenario apocalíptico, los conflictos personales de los sobrevivientes representan un peligro aún mayor que el que los rodea, cuando algunos se muestran dispuestos a hacer lo que sea necesario por sobrevivir.

Las redes sociales han sido grandes impulsores de este fenómeno mundial. En América Latina los fanáticos siguen las últimas novedades de la serie en los canales oficiales de Fox, que ya superan los 18 millones de fans en Facebook y los 900 mil seguidores en Twitter.

# El Canal Católico más grande del mundo.





# Cómo consumen contenido los más jóvenes

Un estudio de PricewaterhouseCoopers traza un panorama de las preferencias de este importante segmento.

Los niños y adolescentes pasan mucho tiempo viendo contenido multimedia, aproximadamente unas 15,5 horas por semana. A medida que crecen y maduran, su compromiso con los medios aumenta. Poco más de un tercio de los chicos de 8 a 11 años gastan entre seis y diez horas visualizando contenido multimedia, y esa cifra no varía demasiado entre varones y mujeres.

Este tipo de conclusiones figura en el último informe Consumer Intelligence Series: What kids want realizado por PricewaterhouseCoopers (PwC). El estudio recoge qué tipo de contenido de los medios es llamativo para los niños y adolescentes, analizando cómo se acoplan con los géneros de contenido específico, cuántos medios se consumen semanalmente y en qué dispositivos.

El 85% de los 511 menores encuestados conocen a Disney, liderando el listado de marca de entretenimiento más conocida, pero solo el 27% está interesado en ella, según el estudio. Le sigue Nickelodeon (83 %) y Cartoon

Network (80 %) empatado con Amazon. PwC subraya que cuando se trata de "interés", las respuestas cambian, ya que YouTube es conocida para el 79%, pero encabeza la categoría de "interés" con el 38%.

Los principales sitios de redes sociales generan altos niveles de conciencia de las marcas de medios, con Facebook liderando el ranking con un 87%, seguido por Twitter, Instagram, YouTube y Skype. En cuanto a los intereses generados, YouTube estuvo al frente con un 47% que afirmó estar interesado en el contenido que ofrecía.

El informe indica que entre los dispositivos preferidos para la visualización de los niños (8-11) están las notebooks y los televisores, probablemente bajo la influencia de los padres que ejercen un mayor control sobre los hábitos de los medios de los niños hasta que alcancen la edad escolar alta. A medida que crecen, eligen más los dispositivos móviles.

El interés en videos de corta duración como los mostrados en YouTube es



mayor entre los espectadores más jóvenes (38 %) y menor entre los que tienen de 15 a 18 años (30 %). En promedio los niños están gastando 7,8 horas a la semana viendo programas de TV y películas de las redes en vivo, más que las 6,1 horas dedicadas al streaming de shows o películas en una computadora portátil, tablet o smartphone.

El contenido que es menos visto son los deportes (4.2 horas) y los shows/películas académicas o ambientales (4.6 horas).

#### → P R O G R A M A C I O N A

### nickelodeon

### Yo soy Franky llega a Nickelodeon

Nickelodeon Latinoamérica anunció el comienzo de producción y el elenco de su nueva serie original Yo soy Franky. El anuncio fue hecho por Tatiana Rodriguez, Vicepresidenta Senior de Programación y Estrategia Creativa para Nickelodeon Latinoamérica. La serie producida en Colombia por Televideo es protagonizada por la actriz venezolana María Gabriela de Faría, mejor conocida por su papel de "Isa" en exitosas producciones anteriores de Nickelodeon como Isa TKM e ISA TK+, así como el papel de "Mia" de Grachi en sus temporadas 2 y 3. De

Faría regresa a Nickelodeon después de haber protagonizado la cinta "El Paseo" considerada como #1 en Colombia al lado de John Leguizamo.

Escrita por la autora argentina Marcela Citterrio, cuyos éxitos anteriores incluyen Patito Feo y Chica Vampiro emitida exitosamente por Nickelodeon Latinoamérica e internacionalmente; Yo Soy Franky sigue la historia de una chica robot adolescente que ha sido diseñada como si fuera una niña real. El estreno está previsto para el lunes 28 de septiembre.



### **DIGITAL MEDIA PLATFORMS**

Total Head End solutions

DMP-900 SERIES





Plataformas modulares de alta densidad

Gran versatilidad para armar cualquier tipo de solución requerida por su headend. Encoders, Receptores satelitales DVB-S2, moduladores QAM, multiplexers, de multiplexer IP, decoders SDI, receptor ISDB-T múltiple y toda la combinación posible de estas funciones.



SMART PHONE | TABLET | NOTEBOOK | SMART TV | PC







3 Slots / 4 ASI ports/ 1 port TS.IP GbE



Humberto 1° 2889 - Buenos Aires, Argentina Tel: +54 11 4122 1200 / Fax +54 11 4308 5493 info@viditec.com.ar







## RAI con nuevo representante

Condista Internacional intentará incrementar la distribución de la tradicional emisora italiana en nuestro continente.





A partir de julio de este año, la RAI Italia cuenta con un nuevo representante en toda América Latina. Se trata de Condista International, que a partir del flamante acuerdo posee los derechos exclusivos de la distribución de la popular señal en la región.

Según Willie J. Hernández, de la empresa representante el respaldo de sus asociados en los principales países latinoamericano como Argentina, Brasil y Venezuela será fundamental para llevar a cabo con éxito esta misión.

Condista Internacional lleva ya varios años en el mercado dedicada a la representación de señales. La compañía inició sus operaciones a comienzos de 2008, ganándose un lugar en el mapa de la distribución de los contenidos para TV paga en América Latina, con cobertura también en Canadá.

Actualmente distribuye las siguientes señales de TV de Paga: AZMundo, AZ-Corazón, AZClic y AZCinema, todas de TVAzteca, así como Bolivia TV, Fashion One Full HD y 4K, NTN24, NuestraTele y RCN Novelas, de RCN Televisión, Páni-

co, Platino, Cine Mexicano, VideoRola y TVC del Grupo PCTV, la mencionada RAI Italia, Telefe, TV Chile y TV Venezuela. Consultado sobre el momento que vive la TV paga en la actualidad, Hernández aseguró que "continúa siendo el método de entretenimiento preferido para más de 66 millones de suscriptores en toda América Latina. La TV paga ofrece una excelente variedad de programación, es la opción de entretenimiento familiar más económico, confiable y seguro que puedes contar desde la comodidad y privacidad de tu hogar".

"El constante desarrollo y disponibilidad de la tecnología le permitirá al operador de continuar ofreciendo más señales y más contenidos a precios muy accesibles al consumidor, a un costo operativo menor", afirmó. Esa es la apuesta de Condista Internacional para continuar creciendo.

#### → LATINOAMÉRICA

## El aporte de Asotic a Colombia

La Asociación de Operadores de Tecnologías de Información y Comunicaciones (Asotic), no sólo busca contribuirle a Colombia en su desarrollo con las nuevas demandas derivadas de las tecnologías, sino que además está poniendo su foco en la generación de condiciones justas y favorables para los intereses de las empresas operadoras de servicios relacionados con las TIC. Para esto, se encuentra creando condiciones para la generación de competencia estratégica y así ofrecer servicios de calidad que beneficien al mayor número de colombianos.

Asotic está trabajando en el Plan Nacional de Desarrollo 2015 y 2018 denominado 'Todos por un nuevo país' donde, en primera instancia, ofreció recomendaciones para fortalecer el sector y planteó seguir trabajando en formulación de políticas pú-



blicas que se ajusten a la realidad.

"Desde el punto de vista comercial generamos acciones de valor con nuestros afiliados para promocionar sus intereses nacionales e internacionales, y alianzas con entidades públicas y privadas para consolidar acuerdos estratégicos", detalló Galé Mallol Agudelo, presidenta ejecutiva de la asociación.

Asimismo, la directiva explicó que están fomentando un estudio sectorial para identificar con cifras el impacto económico sobre los servicios del Cable en Colombia. "Las enormes repercusiones negativas que tiene el escenario de la desregulación, y el desbalance en materia de la devaluación del peso, son factores que impactan por los costos debido a la suscripción de contratos en dólares. Esto perjudica y afecta de manera directa a los operadores de este servicio", agregó Mallol.

En tanto, concluyó diciendo que continuarán trabajando para propagar un escenario más igualitario y justo "para que todos los colombianos sigan beneficiándose de la multiplicidad de productos que ofrecemos".







Digitaliza con nosotros
Soluciones integrales para cableoperadores

CAS HASTA 5000 ABONADOS ESCALABLE CONVENIENTE









# Actuar contra la piratería

Los métodos utilizados por quienes realizan actividades ilegales se han ido sofisticando. La respuesta de los cableoperadores debe tener en cuenta esa circunstancia.

#### Por Sergio Piris\*

En los últimos años las actividades ilegales, narcotráfico, piratas del asfalto, venta de mercadería falsificada (saladas), talleres textiles clandestinos, etc. han crecido sustancialmente. Lamentablemente la actividad ilegal en la industria de la TV por cable no escapa a esta situación, a pesar de la importante inversión tecnológica que llevó adelante la compañía.

Cablevisión creó dentro de la Gerencia de Legales la Jefatura de Clandestinidad y Delitos en Tecnologías. Desde allí se tratan todos los delitos que consideramos que afectan a la compañía, tales como las conexiones y redes clandestinas, robo de equipamiento, clandestineros, reventa del servicio de Internet, clonación de equipos decodificadores y módems, venta de decodificadores liberados (DTH).

Iniciamos acciones penales en todo el país, con muy buenos resultados. Actualmente tenemos en trámite 129 denuncias penales y en lo que va del año se hicieron 12 allanamientos.

Es importante tener en cuenta que la clandestinidad ha mutado. En la mayoría de los casos que detectamos, la persona que se "engancha al cable" paga por la conexión ilegal y por mes a una persona que le asegura el mantenimiento de servicio. Esto provoca que los clandestineros (que hacen la conexión ilegal y cobran), hayan crecido y estamos observando que en muchos casos constituyen una pequeña empresa ilegal de cable.

Este es uno de los casos donde estamos poniendo el foco. Logramos buenos resultados judiciales, con allanamientos en los que secuestraron una



gran cantidad de materiales de red, decodificadores y módems.

Otro caso que estamos observando es el ofrecimiento en Mercado Libre de equipos decodificadores. Luego de una investigación y recolección de la prueba correspondiente, iniciamos la denuncia penal. Logramos sentencias donde se procesó a la persona que ofrece a la venta el equipo por el delito de estafa, (art. 173 inc. 9), es decir cuando alguien ofrece o vende algo que no es de su propiedad.

También obtuvimos un buen resultado judicial en un caso de una casa de electrónica que ofrecía equipos decodificadores digitales adulterados, es decir que permitía acceder al servicio sin pagar por el mismo. Luego de la denuncia penal y tras lograr un allanamiento donde se secuestraron 15 equipos, se pudo constatar mediante pericias técnicas que el Unit Address del decodificador había sido adulterado. Se procesó a esta persona que por violación a los art. 71 y 72 de la Ley Propiedad Intelectual.

Un tema preocupante, lo estamos viendo en el conurbano de las grandes ciudades, donde "clandestineros" se adueñan de una zona donde la empresa tiene su red y hacen conexiones ilegales sobre la propia red de la compañía, cobrando por el servicio. Generalmente son personas armadas, relacionadas con distintos tipos de actividades ilícitas. Estos casos los estamos persiguiendo intensamente.

Cablevisión ataca la clandestinidad de varias formas:

- Tecnológica: con inversión constante en la digitalización de las redes.
- Acciones Preventivas: se incentiva la denuncia interna y externa. Es importante crear el clima interno para el combate de la clandestinidad. Capacitación de los miembros de las fuerzas de seguridad, de la Justicia y difusión de la problemática.
- Acciones Reactivas: se impulsan operativos, investigaciones y se denuncian ante la Justicia. El accionar de los clandestineros y/ o piratas se ha ido sofisticando y es importante estar a la altura de las circunstancias.

Un tema a tener en cuenta es la actuación de la Justicia en estos casos. Observamos que es complejo por la falta de herramientas para investigar los delitos. Por eso, desde Cablevisión consideramos de suma importancia capacitar a fiscales y peritos oficiales con relación al funcionamiento de equipos decodificadores, módems y todo material que utiliza la empresa.

Sergio Piris es Jefe de Asuntos Legales - Delitos en Tecnología de Cablevisión - Fibertel

# LA MEJOR OPCIÓN EN TELEVISIÓN DE PAGA



EL CANAL #1 DE PELÍCULAS CONTEMPORÁNEAS EN ESPAÑOL















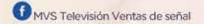
Claro-

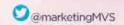
TODOS LOS DEPORTES,



INFORMES Y VENTAS I SANDRA CHÁVEZ TOVAR SUBDIRECTORA DE VENTAS LATINOÁMERICA

TELÉFONO: + 5255 5764 81 31 EMAIL: SCHAVEZ@MVS.COM WWW.MVS-MARKETING.COM MVS Televisión







## Acompañar al cliente



Una de las compañías que ha intensificado su presencia en estos años es Hustler TV. Orientada hacia el lucrativo mercado para adultos, crece en Latinoamérica a través de una estrategia que incluye diversas modalidades para difundir sus contenidos. Alexander Behrens, Regional VP of Affilate Sales & Marketing Latina América de LFP Broadcasting, destacó el apoyo incondicional por parte de la compañía a sus clientes cableoperadores, tanto en el área técnica, como en la de programación y de mercadeo.

"Esto a veces es algo que no se toma en cuenta pero que es sumamente impor-

Alexander Behrens destacó la importancia que tiene el soporte que se le da a los operadores por parte de los programadores y repasó la oferta para adultos que ofrece Hustler.

tante para que nuestros clientes no experimenten inconvenientes de ningún tipo. Muchas veces encontramos empresas que venden contenidos sueltos y que a la hora de un problema, no tienen ningún tipo de apoyo. En el contenido adulto existen ciertas regulaciones que no permiten que se exhiban determinadas cosas que pueden resultar ofensivas. Nosotros nos guiamos por estos estándares de la industria y no solo nos cuidamos nosotros, sino que cuidamos a nuestros clientes", explicó el ejecutivo.

Hustler TV fue lanzada con el objetivo de unificar bajo un mismo paraguas todos los canales que ofrece la compañía en la región, pone a disposiión de los sistemas de cable cuatro canales lineales: Hustler, el cual exhibe la calidad de una marca reconocida y apreciada por los conocedores del rubro programación adulta; **Juicy**, con contenido más de tipo étnico; **Xtsy**, con un tenor más "explícito"; y **Quickies**, con

programación en formato de cortos de 20 ó 30 minutos. Por otra parte, Hustler TV tiene oferta VOD . Al respecto, Behrens comentó: "Nuestro VOD se nutre de los mejores y más reconocidos estudios de producción de contenidos adultos. La cantidad y novedad de estos contenidos es lo que nos diferencia de otras empresas que están en nuestra misma línea".





### Fuerte apuesta de History en el primetime

El próximo 19 de septiembre la señal History estrena en el primetime X-Company, su primera serie dramática. De los productores de Orphan Black y los creadores de Flashpoint, esta nueva producción se verá en exclusiva en toda Latinoamérica, poniendo al descubierto una historia real que nunca había sido contada en televisión y que muy pocos conocen: el papel de Canadá en la Segunda Guerra Mundial.



Compuesta por ocho episodios, la historia se basa en cinco jóvenes que dejan a un lado sus vidas cotidianas para formarse como agentes en Camp X, un centro de entrenamiento ultra-secreto a orillas del lago Ontario. Ambientado en el mundo de la mayor contienda bélica de la historia, esta serie de espionaje y operaciones encubiertas fue grabada en Budapest.

Protagonizado por EvelyneBrochu, Jack Laskey, Warren Brown, DustinMilligan, Connor Price, HughDillon, Lara Jean Chorostecki, Aurora Luft, Alfred Graves, Neil MacKay, Tom Cummings, Harry James y KrystinaBreeland, puede verse en cada episodio una carrera contra el tiempo. En la misma, los soldados participan en arriesgadas operaciones en donde son obligados a tomar decisiones morales complejas.



En otro orden de cosas, la señal continúa desarrollando su concurso "una idea para cambiar la historia 2015", y dará a conocer los semifinalistas a partir del 27 de octubre en la web a través de unas cápsulas en video que el canal producirá especialmente. Desde ese momento y hasta el 27 de noviembre, la votación estará abierta y el público podrá elegir su idea favorita. Finalmente, el 7 de diciembre se conocerán los qanadores.

## **EXO TELECOMUNICACIONES**



### Productos y servicios de Telecomunicaciones

Para operadoras bajo las normas de calidad internacionales más exigentes



CABLE COAXIAL FLEXIBLE Y RÍGIDO



FIBRA ÓPTICA



COMPLEMENTOS ÓPTICOS

- + CAJAS DE EMPALME
- + DIVISORES ÓPTICOS



EQUIPAMIENTO DE RED COAXIL



**EQUIPAMIENTO** ÓPTICO



INSTALACIONES DOMICILIARIAS

✓ CONTACTO



Nico Strumbo | Gerente de Ventas División Telecomunicaciones

Tel. (54 11) 4000-7079 Cel. (54 9 11) 4422-8917 e-mail: nicos@exo.com.ar Miguel Valentín | Consultor Técnico División Telecomunicaciones

Tel. (54 11) 4000-7078 / (54 11) 4855-6344 Cel. (54 9 11) 5473-4145 e-mail: miguelv@exo.com.ar

+ INFO EN

http://telecomunicaciones.exo.com.ar





0810-1222-EXO (396)

info@exolinked.com Av. Chiclana 3444-CABA

## La antesala de los Emmy

Miami le dio la bienvenida a la ronda semifinal de los Premios Emmy Internacional, organizada por HBO Latin America.

Con la época de premiaciones a la vuelta de la esquina, HBO Latin America llevó a cabo la ronda semifinal de los Premios Emmy Internacional, los cuales son organizados anualmente por la Academia Internacional de Artes y Ciencias Televisivas. En la sesión de este año, un diverso panel de jurados se reunió en el Thompson Hotel de Miami Beach para seleccionar los nominados en la categoría de "Mejor Actriz".

Durante esta etapa de la selección, expertos de la industria de la televisión y el entretenimiento son invitados a formar parte de la sesión del jurado donde ven los programas semifinalistas en la categoría designada y evalúan el material de acuerdo a los estándares de la Academia. HBO seleccionó un panel de directores,



actores y productores: Luis Peraza, Presidente de Networks de HBO Latin America, y Roberto Ríos, VP Corporativo de Producciónes Originales de HBO Latin America; junto con los reconocidos talentos mexicanos Rebecca Jones y Ari Brickman, quienes formaron parte del elenco de la segunda temporada de "Sr. Ávila" como Dra. Mola y El Croata, respectiva-

mente. Adicionalmente, contaron con la participación del director Tito Rojas (reconocido por novelas como "Abigail" y "Corazón Apasionado"), la actriz brasileña Mónica Torres (de "Ciranda de Pedra" y "Mulher"), la actriz colombiana Martha Pabón (conocida por "La Pluma del Arcángel" y "Grachi"), y el actor, director y autor venezolano Luis Fernández.

"Es un privilegio apoyar a la Academia en su compromiso por reconocer el esfuerzo y la calidad del talento y de las producciones de la industria a nivel mundial. Sin duda, premiaciones como estas alientan a que se desarrollen proyectos internacionales para una televisión de calidad, y estamos orgullosos del rol que jugamos", afirmó Luis Peraza, Presidente de Networks de HBO Latin America.

# Segunda temporada de una exitosa serie británica

Call the midwife, la serie británica más exitosa de los últimos tiempos que cuenta la historia Jenny Lee, una joven enfermera que llega al lado este de Londres para trabajar como partera en la postguerra, estrenó en agosto su segunda temporada por Europa Europa.

Basada en las memorias de Jennifer Worth, best seller en Inglaterra, la serie está ambientada en la década de los 50, en Londres. Las condiciones de pobreza en las que viven los habitantes del lugar son un impacto para la protagonista, Jenny Lee (intepretada por Jessica Raine) quien inicia allí su propio proceso de descubrimiento personal y maduración. La partera es influenciada tanto por las mujeres a quienes ayuda a dar a luz a sus hijos como por las otras enfermeras que trabajan junto un grupo las monjas también parteras. La ambientación genera un gran impac-



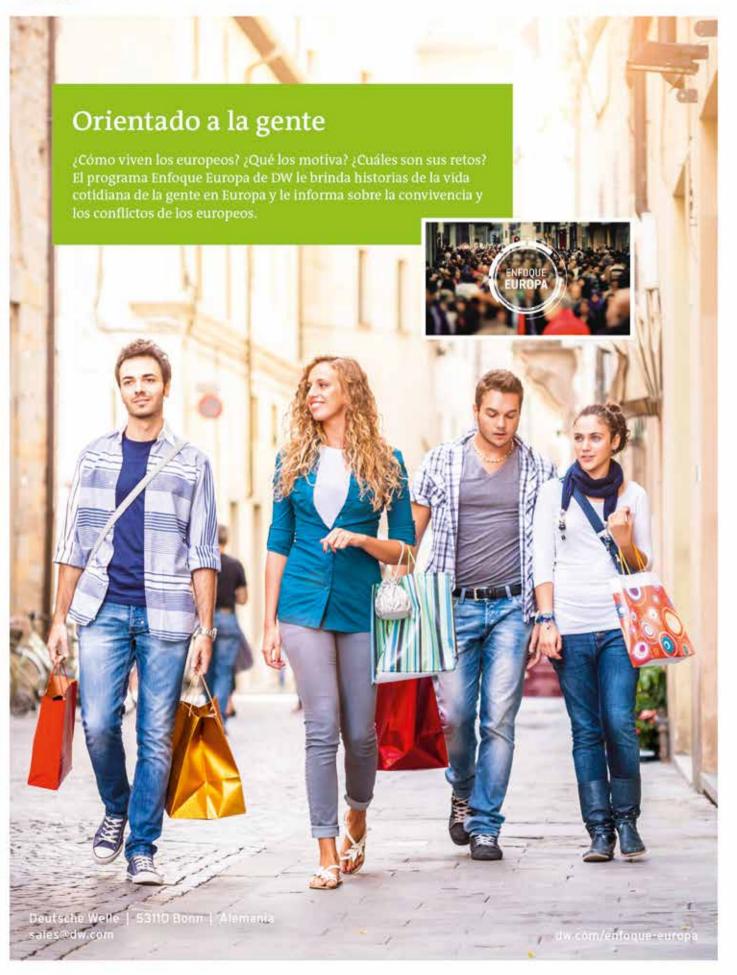
to visual por su precisión en el cuidado de cada detalle, generando una recreación de época exacta. Además, Vanessa Redgrave, actriz británica ganadora de múltiples premios (Emmy, Grammy, Oscar, Tony, BAFTA, entre otros), le da voz a la narración inicial de la serie. "Call the Midwife" es un fenómeno de culto que ha logrado que se generen recorridos turísticos en las locaciones de Londres donde se filma la serie y cuenta con más de 300 mil seguidores en su fan page.





La serie está protagonizada por Jessica Raine ("Doctor Who") en el papel de Jenny Lee, Jenny Agutter ("The Avengers") como Sor Julianne, Pam Ferris (Sra. Tronchatoro en "Matilda") como Sor Evangelina, Helen George como Trixie Franklin, Bryony Hannah como Cynthia Muller y Laura Main como Sor Bernadette. Completan el elenco Miranda Hart (Chummy Browne), Judy Parfitt (Sor Monica Joan), Stephen McGann (Dr. Turner) y Ben Caplan (Peter Noakes).





# Mitos virales, una serie para el asombro





Internet es un tesoro repleto de trucos que son tan extremos o ingeniosos que se viralizan por el mundo, ¿Pero qué tan reales son y cuál es la explicación científica detrás de cada uno de ellos? Nat Geo acaba de estrenar la nueva serie "Mitos Virales", compuesta por seis episodios de una hora, donde el ingeniero Tim Shaw y el adicto a la adrenalina Buddy Munro buscan recrear los videos más sorprendentes y enigmáti-

Tim aplica sus conocimientos de ingenie-

ticidad y la ciencia aplicada.

cos de internet para determinar su auten-

En esta nueva producción, National Geographic Channel pone a prueba la autenticidad de los videos más absurdos y extremos.

ría para replicar el escenario y los trucos mientras Buddy es el responsable de ponerlos a prueba. Desde prácticas de ski acuático detrás de un ferry a alta velocidad hasta un juego de tenis sobre el ala de un aeroplano en pleno vuelo, esta particular pareja desglosa y presenta los principios científicos para explicar cómo trucos amateur de todas partes del mundo, se convierten en fenómenos virales.

"Hay tantos factores y variables en juego cuando se realizan los trucos, que conseguir que todos ellos coincidan es como crear la tormenta perfecta... casi imposible. Nuestro objetivo es ir hasta el límite para controlar las fuerzas que forman parte de estos escenarios y entender cómo funcionan. Pero éstas no deben ser subestimadas, así que Buddy es clave para ponerlas a prueba y determinar si estos videos se reducen o no a pura suerte o se tratan de habilidades reales", dijo Tim Shaw.

Con técnicas de ingeniería para entender la dificultad técnica de cada hazaña, Tim y su equipo revelan la mecánica detrás de cada truco mientras proporcionan una explicación accesible y entretenida de principios científicos como la fricción, gravedad y velocidad.



## Comenzó la producción de Morko y Mali



Disney Junior inició la producción de Morko y Mali, una historia para niños en edad preescolar que combina aventuras, juegos y aprendizaje a través del estímulo a explorar su entorno y la naturaleza, resolviendo problemas de forma creativa e iniciando un camino de descubrimiento al mundo de los números y las matemáticas. "Con Morko y Mali seguimos apostando a las producciones locales, que hoy representan un valor importante en la programación de nuestros canales", comentó Cecilia Mendonça, Vicepresidente y General Manager Disney Channels Latin

La nueva serie original de Disney Junior en América Latina se graba en Metrovisión, en Buenos Aires, y el estreno será el año próximo.

America, The Walt Disney Company Latin America.

Según destacó la ejecutiva, esta nueva producción de ficción original de Disney Junior Latinoamérica "fomentará el desarrollo integral de los más pequeños a través de emocionantes historias dentro de una mágica y colorida selva inspirada en la floresta amazónica, llenas de humor, música y aventura, personajes queribles, y mediante la incorporación de herramientas que contribuirán en su desarrollo social y aprendizaje de números y operaciones matemáticas".

Protagonizada por Morko, un niño observador, alegre y aventurero que vive en la selva junto a su hermana mayor Mali, una

joven intrépida, ágil y valiente. En cada episodio, Morko y Mali junto a sus amigos deberán resolver un desafío para ayudar a un habitante de la selva. Los personajes, entusiasmados, definen un plan y luego comienza la aventura. El elenco de Morko y Mali está conformado por los actores Agustina Vera (High School Musical La Selección), Tomas Ottaviano, Daiana Farias (La casa de Disney Junior, Junior Express), Leandro Casas Silva, Flor Diacono y Daniel Moschino.

La serie, que cuenta con 26 episodios de 22 minutos, será grabada en Buenos Aires, Argentina junto a la casa productora Metrovisión Producciones. Su estreno está previsto para 2016 en toda Latinoamérica.







Fashion Week en París

## TV5MONDE

EN PRIMAVERA, LAS MÁS GRANDES ESTRELLAS DE LA MODA, DESCÚBRELAS EN TV5MONDE

> Signé Chanel con Karl Lagerfeld Marc Jacobs & Louis Vuitton Paco Rabanne, Mode Révolutionnaire Christian Dior, le Couturier et son Double

KARL LAGERFEID UIDERALF / STORY BOX PRESS - MARC JACOBS DAFTE FRANCE / AND A MEDIT EMASON PRODUCTION PAGO PARAMIE U PRISMEDIA / BIN / STYLLA - CHRISTIAN DION U PRENCH CONNECTION FILMS / AVRO / EYD

#### IT'S TIME TO LEARN NEW TECHNOLOGY:

16+ HOURS OF EDUCATION, 13+ HOURS OF NETWORKING, AND 14+ HOURS OF EXHIBITS



OCTOBER 13-16 NEW ORLEANS



SCTE Cable-Tec Expo® is the leading venue for cable professionals to discover and learn first-hand about the latest in cable telecommunications.

Take a deep dive into technologies that can help you avoid costs, deploy new revenue-generating services, and increase quality and reliability to stay competitive in today's evolving cable landscape. The industry's top subject matter experts will present more than 35 workshops focused on these conference tracks:



B2B SOLUTIONS AND ENERGY 2020



NEXT-GENERATION SERVICES



WIRELESS AND HOME NETWORKS



WIRELINE: RF



WIRELINE: FIBER AND CORE

**REGISTER TODAY: PRE-REGISTRATION SAVINGS AVAILABLE** 

SCTE members receive additional savings.

expo.scte.org/2015





## Megaservice ASDA S.R.L

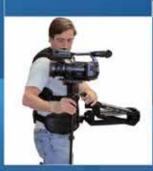


## Soluciones Integrales en Audio y Video Profesional & Broadcast

Equipamiento para Video Profesional / Laboratorio Técnico especializado









www.megaservice.com.ar

## CAPER 2015 anunció su programa académico



El evento de tecnología y equipamiento se llevará a cabo una vez más en Costa Salguero. Este año, será entre el 28 y el 30 de octubre.



A dos meses del comienzo de CAPER 2015, la Exposición de Equipamiento y Servicios para la Industria Audiovisual Profesional, cuenta con más de 80 expositores confirmados y una superficie neta de stands comerciales de casi 2.500 m², superando el metraje de 2014.

Además, ya están confirmadas las primeras actividades técnico-académicas que se realizarán en paralelo a la exhibición de tecnología. Estos son algunos de los anticipos:

La ADF (Asociación de Directores de Fotografía) presentará "Del Steadycam los nuevos sistemas de estabilización", que estará a cargo de Juan Lima, socio adherente de ADF, junto a invitados especiales. En esta presentación se contará con equipos y se realizarán ejemplos en vivo, buscando enumerar los componentes de un sistema de estabilización.

Gustavo Biazzi, Director de Fotografía de "La Patota", la película argentina recientemente premiada en Cannes, dictará una conferencia titulada "La realidad estilizada", en la que compartirá con el público sus experiencias en este exitoso film nacional.

Por primera vez participará en CAPER Show DOAT, la Asociación que nuclea a los Directores de Obras Audiovisuales para Televisión, que brindará dos conferencias: "El rol del Director y las nuevas tecnologías" y "La Argentina necesita desarrollar una Industria de Ficción Nacional".

Por otra parte, la AES (Audio Engineering Society - Sección Argentina) brindará una Master Class de "Sonido en Vivo" que abordará cuáles son los desafíos que se les presentan a los

profesionales en distintos espectáculos y cómo se consigue brindar un sonido alineado. Por otro lado, Carlos "Indio" Gauvron, ex presidente de la AES sección argentina, y sonidista de gran experiencia en la industria, brindará la conferencia "Ecualizadores, un proceso poco conocido y muy usado".

También está confirmada una Mesa Redonda sobre Espectro de Radiodifusión, a raíz de la nueva Ley de Telecomunicaciones que se dictó en nuestro país recientemente. La mesa será moderada por el ingeniero Luis Valle y contará con la participación de cuatro destacados especialistas, no sólo de la Argentina sino también Brasil y Uruguay, ya gue el objeto es compartir experiencias y debatir el tema a nivel regional. Los participantes serán la ingeniera Liliana Nakonechnyj (SET / TV Globo, de Brasil), el ingeniero Sergio de Cola (ex Director Nacional de Telecomunicaciones, de Uruguay) y, de Argentina, los ingenieros Miguel Pesado (ex Director de ARSAT / ex Gerente de Ingeniería CNC) v Roberto Lauro (Gerente Técnico Canal 9 Mendoza).

Otra de las temáticas que estará presente en CAPER 2015 será Loudness en Televisión Digital, conferencia que estará a cargo del ingeniero Víctor Acuña.

#### De interés turístico

Por segundo año consecutivo, la Subsecretaría de Promoción Turística Nacional declaró a la Exposición Internacional de Equipamiento Profesional y Servicios para la Industria Audiovisual: Broadcast, Cable, Cine, Satélite, Iluminación y Audio, como muestra de Interés Turístico. Este reconocimiento se debe a que en las últimas ediciones ha aumentado la cantidad de visitantes del interior y exterior del país contribuyendo a la difusión y promoción del país. La 24º edición de CAPER Show, que se realizará durante los días miércoles 28, jueves 29 y viernes 30 de Octubre en Centro Costa Salquero, tiene confir-

Centro Costa Salguero, tiene confirmados a la fecha 78 expositores y una superficie que ya supera el metraje vendido en la edición anterior. Durante los tres días de la exposición, se presentarán las últimas tecnologías

Durante los tres días de la exposición, se presentarán las últimas tecnologías del mercado. Cabe destacar que este año, se presentan 8 empresas que exhibirán por primera vez en CAPER Show sus productos, lo que enriquece a la exposición.







#### PROGRAMAS ÚNICOS GRANDES PRODUCCIONES LA LIGA ITALIANA DE FÚTBOL



CONTACTOS:

SUDAMÉRICA SABRINA CAPURRO CORREO: SABRINA@CONDISTA.COM

BRASIL

MARCIA BONINI CORREO: MARCIA@CONDISTA.COM

AMÉRICA LATINA WILLIE J HERNÁNDEZ CORREO: WILLIE@CONDISTA.COM

VENEZUELA ZULAY ANZOLA CORREO: ZULAY@CONDISTA.COM



### Una propuesta para operadores pequeños

Safe View presenta una solución dirigida a ese segmento que combina escalabilidad y precio accesible.

"Digitaliza con nosotros" es un nuevo paquete ofrecido por Safe View que se aiusta a las necesidades de los pequeños cableoperadores. Centrado en el producto Safe View Cas Five, su sistema de Acceso Condicional para operaciones de hasta 5000 abonados, sus características principales son escalabilidad y conveniencia económica. La idea de Safe View es acompañar a sus clientes en el desarrollo de proyectos de TV Digital a través de un servicio profesional de consultoría, diseño y soporte a la operación. "Nuestra solución es perfectamente válida para clientes con proyección de crecimien-



to y la inversión inicial es aprovechable al 100%", señaló Luciano Trossero, su Gerente General. "Hemos diseñado una fórmula que prevé una financiación para que el cliente pueda enfocarse en la digitalización de su red sin tener que hacer una gran inversión inicial, la cual representa muchas veces una barrera de entrada significativa", agregó.

Se trata de un sistema integrado pre-

parado para proteger desde un único punto todos los servicios de TV



paga que puede ofrecer un operador global con un uso extremadamente eficiente del ancho de banda para el envío masivo de contenidos. Esto permite al operador alcanzar la máxima escalabilidad en la prestación del servicio y la más alta seguridad para la protección de contenidos, utilizando un sistema de encriptación totalmente seguro en todas las partes implicadas del Sistema de Acceso Condicional. Esta solución también cuenta con Multiplexor, Scrambler y Modulador integrado en una unidad de Rack, ya preparada, con salida IP y con acceso vía web a toda la plataforma, lo que posibilita la gestión remota desde varias terminales simultaneas a través de una interfaz muy amigable.

#### Contra la piratería



La empresa MAIN (Media Antipiracy Internet Network), integrada por un equipo de especialistas en múltiples disciplinas tecnológicas sobre redes IP y Broadcasting, tiene como objetivo la lucha contra la piratería. En su conformación, incluyen también un área de abogados especializados en Marco Regulatorio y Legal de contenidos con experiencia para poner en práctica medidas en contra este tipo de fraudes tecnológicos complejos. MAIN está basada en Argentina, pero cuenta también con corresponsalías y agencias en toda Lationamérica. Utilizando herramientas y una metodología probada contra la piratería de contenidos, asegura un resultado

exitoso en identificar rápidamente y bloquear la piratería de oferta y venta de contenidos que se distribuyen ilegalmente a través de Internet, monitoreando y

desarrollando redes establecidas para localizar a los piratas y sus cadenas de suministro.

"El fin que tenemos es combatir la piratería y el robo de contenidos on-line y pay-per-view a los Operadores de TV y de Eventos Streamming. Estamos convencidos de que es posible únicamente formando un equipo con nuestros clientes", aseguró Mario Minino, uno de los integrantes de MAIN.

#### → PROGRAMACION /

### Los 7 años de Quiero

La señal Quiero Música en mi Idioma cumplió en agosto sus primero 7 años y lo celebró con una programación especial en su pantalla.

Los diferentes ciclos tuvieron invitados estelares a lo largo del todo el mes. Por ejemplo, Ricky Martin estuvo en La casa del pop. Julieta Vene-

gas, por su parte, fue invitada en Mediatarde. El puertorriqueño J Álvarez, en tanto, participó en Código Urbano.

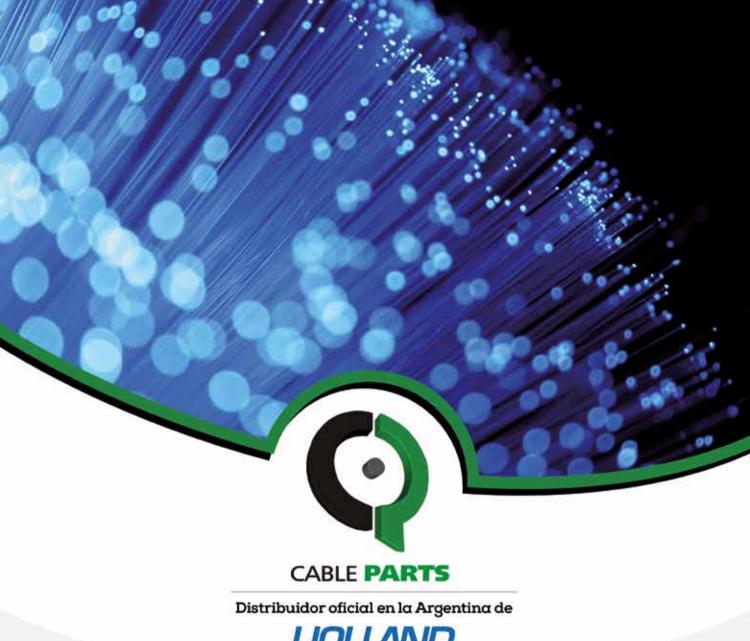
En cuanto a los recitales exclusivos de QVivo, se sumaron a las ce-



lebraciones artistas como Camila y Los Auténticos Decadentes.

A lo largo de estos años de emisión, Quiero se ganó un lugar privilegiado entre las múltiples señales musicales que se ofrecen en el mercado, con un público fiel y seguidor. Entre sus conduc-

tores se destacan figuras como Bebe Contepomi, Juani Martínez, Flor Ventura, Caro Ibarra, Agustín Contepomi, Marcelo Severino, el Tano Nieto y Rulo Gómez.









**CiToptic** 

**FIBRA ÓPTICA** 

**CABLE DROP** 

**EQUIPAMIENTO DE FIBRA** 

Visítenos en el stand 57 de las Jornadas Internacionales ATVC 2015

#### Cable Parts SRL.

- Av. Corrientes 848 piso 3º oficina 303 C1043AAV, Buenos Aires, Argentina
- C Tel: 4394-5958/4750 4326-6694
- □ cablepartssrl@gmail.com / cableparts@cableparts.com.ar

## Optimizar la entrega segura de señales





Qvix Video Distribution es uno de los productos que presenta esta compañía especializada en nuevas plataformas y servicios.

La empresa de servicios de tecnología dedicada a soluciones de video digital, overthe-top y streaming Qvix Media Solutions está presentando productos y servicios que permiten a los cableoperadores mejorar las prestaciones que brindan a sus clientes.

Entre lo más destacado de su oferta se encuentra el Qvix Video Distribution, optimizado para la entrega segura de señales. "Usamos Internet para transmitir HD, con lo cual reemplazamos a las transmisiones vía satélite. Además, la solución contempla replicación entre diferentes ubicaciones y no tiene pérdidas en la calidad de la señal o en transmisiones con baja latencia, brindando transmisiones de bajo costo comparada con la tradicional vía satélite", dijo el ingeniero Mariano Surghy, CEO de Qvix Media Solutions.

Otro de los productos que ofrecen es el QStreamer, con servicio diseñado para permitir a los broadcasters y productores entregar su contenido en vivo y VOD a computadoras, terminales móviles y cualquier dispositivo conectado. En tanto, el Nebula Video Platform es la solución customizable que ofrece servicios de Strea-

ming OTT para múltiple pantalla, cloud PVR, VOD, Catchup, EPG y Social TV, entre otros

Con oficinas en Argentina y en Canadá, la compañía provee asesoramiento técnico y estratégico en cualquiera de las etapas de proyectos de video digital, desde el diseño hasta la integración de servicios, además de outsourcing y operación total para rápidamente desarrollar diferentes servicios. "Nos orientamos a introducir y potenciar estas aplicaciones en el mercado Latinoamericano, considerando que se encuentra en el momento oportuno para este desarrollo. Entregamos también nuestro Software Factory, un equipo de desarrollo de especializado en aplicaciones de video", concluyó Surghy.

### 15 años al servicio de la TV digital

Mirada celebra sus tres lustros en el mercado con una nueva imagen corporativa y con la incorporación de productos y servicios para sus clientes.

Al tiempo que cumple sus primeros 15 años de trayectoria, Mirada presenta en Jornadas Internacionales la nueva versión de su solución multipantalla Iris, mostrará su nueva imagen corporativa y además lanzará su nuevo servicio MaaS.

Se trata de un concepto totalmente nuevo de comercialización de productos extremo-extremo, basado en OPEX en vez de CAPEX. Traducido como Mirada as a Service, MaaS ha sido concebido para satisfacer finalmente las necesidades de toda la gama de Operadores y Broadcasters, incluso aquellos con bases de suscriptores muy limitadas. Su objetivo es abrir la puerta a los más altos estándares de tecnología de la TV digital a los operadores de televisión de pago de todos los tama-



ños. Este nuevo servicio permite a todos los operadores competir por los abonados con los principales actores en sus regiones. MaaS abarca todos los elementos necesarios para poner en marcha un servicio de televisión de pago.

Otro de los productos que está presentando Mirada es Iris, nueva release de solución multipantalla extremo-extremo de Mirada, que está basada en un concepto innovador de descubrimiento de contenidos, con características tales como Canales Virtuales, Agenda Semanal personalizada, Mood Magazines y más. Todo eso sincronizado automáticamente a través de la plataforma back-end de Mirada. Diseñado pensando en el usuario, Iris incluye la interfaz avanzada Inspire, recomendaciones personalizadas, motor de búsquedas inteligentes, grabaciones remotas y mucho más, todo ello de una forma atractiva y moderna.

Mirada celebra su cumpleaños introduciendo nueva imagen corporativa que exhibe en Jornadas, donde se refleja mejor la posición y la trayectoria de la empresa.

### 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.



## **Nuevas oficinas de Megaservice**



Megaservice-ASDA S.R.L. celebra en este 2015 sus primeros 15 años de vida, y lo hace con un nuevo logro: el traslado de sus oficinas de Mar del Plata a su propio local social, donde cuenta con amplias facilidades de administración, deposito, oficina comercial, laboratorio técnico, showroom y centro de capacitación

Las instalaciones, ubicadas en Primera Junta 2852 de la ciudad balnearia, fueron diseñadas de acuerdo con los requerimientos de una empresa al servicio de sus clientes de todo el país, con instalaciones modernas y funcionales, como así también con facilidades de estacionamiento.

El aniversario es también una ocasión para repasar los hitos de la historia de la compañía, que inició sus actividades Este importante logro de la compañía sirve de punto de partida para recordar los hitos más importantes de su historia.



en marzo del 2000 con el objetivo de convertirse en una empresa proveedora de soluciones de audio y video profesional con alcance nacional.

Varios son los hechos que vale la pena destacar en estos tres lustros, tales como el año 2003 cuando la empresa fue designada como Representante Oficial Exclusivo en el Mercosur de Canopus Corporation, destacando en 2004 la visita del Presidente y del CEO de la empresa a Buenos Aires y Mar del Plata.

En 2010, Megaservice abrió sus ofici-



nas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, lo que significó un gran desafío que le permitió tener una presencia activa en este importante mercado.

En 2010 se integró a como socio activo a CAPER, la Cámara Argentina de Proveedores y Fabricantes de Equipos de Radiodifusoras. En 2011, Megaservice fue designada como Distribuidor Oficial para Argentina de Datavideo Corporation. Desde esa fecha mediante Road Shows, Open House y presencia en exposiciones ha logrado y contribuido a desarrollar la marca Datavideo.

#### Alianza para el crecimiento

Eutelsat y Aerodoc firmaron un acuerdo que permitirá a los cableoperadores sudamericanos tener las antenas necesarias para acceder a más canales.

Eutelsat, operadora satelital de liderazgo mundial con más de 30 años de experiencia, acaba de anunciar un acuerdo con Aerodoc, una empresa integradora de servicios de telecomunicaciones y logísticos puerta a puerta, especializada en el transporte internacional de equipamiento técnico y del manejo de su importación con licencias propias- en los lugares de destino.

Según informaron los firmantes de esta



flamante alianza, el objetivo es apoyar el crecimiento de la TV Paga en Latinoamérica. El acuerdo apunta a la penetración entre las operadoras de TV por cable más importantes de la región y a facilitar la distribución y recepción de contenidos exclusivos y de alta calidad, lo que permitirá a los cableoperadores contar con la infraestructura necesaria para responder a la demanda creciente en nuestros países. Eutelsat cuenta con un vecindario de vi-

deo bien establecido en torno a las posiciones orbitales 113°O (EUTELSAT 113 West A) y los 116.8°O (EUTELSAT 117 West A). Este programa permitirá fomentar la expansión de los servicios de video en Latinoamérica,

La propuesta está dirigida principalmente a los cable operadores del Cono Sur (Argentina, Chile, Uruguay y Paraguay) y a los países andinos (Perú, Ecuador, Colombia y Venezuela).

Aerodoc distribuirá a los cableoperadores que decidan participar en el programa una antena adecuada para la recepción simultánea de la señal de ambos satélites, asegurándoles la infraestructura necesaria para tener acceso a más canales y mayor contenido de alta definición y permitiéndoles seguir respondiendo a las exigencias cambiantes de sus clientes.

#### CORPORACION PERUANA DE TELECOMUNICACIONES S.R.L.

## DRPETEL.CO



DE TODO PARA CATY, VIA SATELITE & REDES HFC

#### LO MEJOR EN EQUIPOS OPTICOS FTD NETWORK

- Transmisores Ópticos
- Nodos Ópticos
- Receptores Ópticos
- Plataformas Ópticas
- ODF 12, 24, 48 y 96 hilos













#### Equipos para HEADEND

- o Antenas Parabólicas de fibra de Vidrio para Banda C y Banda KU (somos fabricantes) Homologadas por el MTC.
- Moduladores PCM 55 SAW
- Combinadores Pasivos PHC - 24G (Pico Macom)
- Amplificadores Mini Bridgers, de Linea: Motorola y FTD NETWORK
- POWER SUPPLY 14 Amp.

visitanos en www.corpetel.com.pe

























Sadelco

## Viditec presente en Jornadas Internacionales

A diferencia de años anteriores, la compañía proveedora de tecnología y servicios estará presente en el principal encuentro de la TV paga en América Latina.



Si bien las principales novedades de Viditec a nivel producto ya han sido presentadas en NPlay y en el Encuentro Regional en Rosario, la particularidad de la presencia de Viditec en Jornadas radica no sólo en el propio hecho de que la empresa cuente con un stand en este evento, sino en también en la presencia de del Vicepresidente de Wellav, Jeff Zhu, y del Gerente Regional de la marca, Diego Tanco.

Según comentó Hugo Caudet, del Departamento de Ventas Broadcast de Viditec, entre los productos de esa marca que se exhiben en esta ocasión se puede mencionar el nuevo encoder/ trascoder OMP500, que permite la generación on-line de varios perfiles de video aplicables al stream de video.

Por su parte, otra de las marcas que representa Viditec y que estará presente en su stand es Blackmagic. Los productos que se destacan de dicha compañía son el video Assist y la nueva matriz cleanswitch de 12x12.

Consultado acerca del balance que hace de las actividades compañía en lo que va del año, Caudet señaló: "El mercado de televisión se viene potenciando positivamente en estos últimos



años. Si bien el 2015 ha sufrido algún altibajo producto de las expectativas pre electorales, el sector no ha dejado de crecer, sino todo lo contrario. La demanda, algo más conservadora, se mantiene activa. Son diversos los proyectos que Viditec está llevando adelante, El interés de los consumidores está totalmente puesto en las nuevas tecnologías. Todo lo mencionado, apoyado por un valor dólar relativamente accesible., nos hace afirmar que esta tendencia de la primera mitad del año, que ha sido muy positiva, se mantendrá en el segundo semestre también".

Según la visión del ejecutivo de ventas de Viditec, el mercado argentino ha convocado históricamente a las muestras tecnológicas, locales o regionales, al mismo perfil de público basado en canales de televisión abiertos, sistemas de Cable y algunas productoras de TV. Desde hace algún tiempo, esto ha comenzado a cambiar y diversificarse cada vez más, en consonancia con el creciente menú de opciones en cuanto a plataformas de distribución y dispositivos de recepción y reproducción de contenidos.

"Tanto productos como proveedores han evolucionado en forma exponencial. Nosotros como empresa tradicional de Broadcast hemos debido subir nuestra apuesta e incorporar nuevas marcas y tecnologías de vanguardia al portafolio de soluciones. Todas estas variables han hecho de nuestro mercado un sitio más activo y profesional en materia de oferta audiovisual. Creemos que esto se irá reforzando y consolidando con el paso del tiempo, y esperamos que la aplicación de nuevas políticas que impulsen una línea de mayor inversión y crecimiento local de la oferta visual", expresó Caudet.

#### Capacitación en universidades

Viditec es una empresa que pone un importante acento en la capacitación, no solo de los profesionales del ámbito sino también en los estudiantes que se están formando sobre las nuevas tecnologías en audio y video profesional. Todos los años se organizan seminarios abiertos en su auditorio, con el fin de acercar los nuevos productos al mercado. Este año decidió, además, acercarse a las universidades con el objetivo de brindarle a los alumnos, docentes y técnicos la posibilidad de conocer, de primera mano, las nuevas tecnologías de Sony aplicadas a sus Cámaras de Video y Accesorios de Audio y Video Profesional. En ese sentido, se ha celebrado un acuerdo con UNTREF para dar charlas conjuntas y se han visitado la UAI y la UNDAV.





## Los secretos del Big Data



Cada vez más empresas comienzan a utilizar esta tecnología para mejorar sus negocios. Un evento organizado por BigDataMachine convocó a compañías de TV y rubros relacionados.

El jueves 2 de julio se realizó en el Parque Austral en Pilar, provincia de Buenos Aires, un encuentro exclusivo para empresas de televisión, tecnología y publicidad, en donde se debatió la importancia del Big Data. Organizado por BigDataMachine, el objetivo estuvo centrado en enseñar a las compañías a captar la información de valor que cada empresa requiere, e integrarla a las acciones de mercadeo, comunicación e inteligencia de negocio.

Se considera Big Data a los grandes volúmenes de datos que se caracterizan por velocidad, volumen y versatilidad, provenientes de distintas fuentes externas. BigDataMachine es una plataforma de trabajo que opera sobre el universo de Internet (web y social media), agrupando toda la información



obtenida de las redes sociales, medios de comunicación online y blogs. Los datos de estas fuentes se presentan en formatos tales como textos, imágenes, videos y links, y al procesar la información se puede estructurarla nuevamente, volverla tangible y flexible.

Para el usuario es una herramienta fácil

e intuitiva de usar, ya que lo visualiza como un buscador avanzado y personalizado. Asimismo, incluye una plataforma de trabajo con patrones de comportamiento que permiten, entre otras cosas, analizar la información de valor capturada, descubrir tendencias y generar hipótesis para la toma de decisiones actuando con información relevante en tiempo real.

De esta manera, las compañías pueden obtener mejor comercialización e influencia social, ideas de negocio más precisas, identificación de oportunidades de ventas y de mercado, detección de alertas, optimización en la planificación previsión, monitoreo y análisis de la competencia de manera permanente, mejor comunicación con clientes online y reputación de marcas.

#### Se agranda la familia

ReportvFinder es el nuevo producto de Reportv. El renovado buscador de programación genera una fácil interactividad con el usuario.

Recopilar, administrar y distribuir los contenidos de programación de los canales televisivos son las tareas que identifican a Reportv. La compañía presenta en Jornadas sus productos: Reportv Play, Reportv Mobile y ReportvFinder.

Ocupados por brindar el mejor servicio de metadata enriquecida de la región, la compañía confirma que las nuevas tecnologías han generado muchos cambios en la manera de informar la programación al televidente. "Es necesario mayor contenido y es por eso que estamos ofreciendo



estos tres productos buscando ser la primera elección del televidente", destacó Mauro Grossi, responsable de Marketing y Publicidad de Reportv.

El ejecutivo adelantó que ReportvFinder, su nuevo y renovado buscador de programación, está diseñado con muchas imágenes, lo que genera fácil interactividad



con el usuario. Rompiendo con el paradigma de la clásica guía lineal de programación, esta nueva herramienta encuentra la forma de informar los contenidos de la televisión a los afiliados de una manera distinta y mucho más atractiva.

Por otra parte, mencionó que continúan con Reportv Mobile, su plataforma para dispositivos móviles que presenta la funcionalidad de informar la programación televisiva a los afiliados por medio de smartphones o tablets. El producto le brinda la posibilidad de generar alarmas, destacar programas o películas favoritas y compartir contenido en redes sociales. Asimismo, el Reportv Play, la plataforma diseñada para informar catálogos de OTT, incluye nuevo diseño y fácil navegación para encontrar las películas y series que cada señal ofrece de manera online.



## PROVEEDOR INTEGRAL

Representante exclusivo











Y la más completa línea de equipamiento para:

- Cabezales de CATV, Analógicos y Digitales
  - Redes de Fibra Óptica
- Redes Coaxiles y todo su equipamiento
- Instalaciones domiciliarias.
- Distribución de Internet

Fabricante argentino de cables coaxiles flexibles Cables .500 - .750 TFC

Casa Central:

Domingo French 831 - Villa Martelli - Pcia. de Buenos Aires Tel.: +54 11 4709 6650 - ventas@wiretechsa.com.ar Sucursal Córdoba:

Boulevard Los Granaderos 2722, Córdoba Tel.: +54 0351 598 0084 - wtsucursalcordoba@arnet.com.ar

## Interlink refuerza su oferta a los operadores





La empresa de base tecnológica orientada a las telecomunicaciones y desarrollos de software, Interlink, ofrece en la actualidad el software Flowdat, destinado al aprovisionamiento y gestión de cablemodem en redes HFC y Onus para redes FTTH. El producto, que cuenta con estadísticas en tiempo real y brinda información vital para la gestión técnica y comercial, transita su segunda versión incorporando dos nuevos módulos para medir y demostrar

La compañía exhibe sus productos Flowdat, Middlecast y Fiberlink, además de continuar con la representación de Casa Systems.

los niveles de calidad de los servicios. Eduardo Malisani, Gerente General de la compañía, expresó además que Interlink desarrolla, implementa y soporta su nuevo software Middlecast, específicamente pensado para el caché de contenido que permite "el ahorro de ancho de banda al cableoperador y optimiza la experiencia de navegación del usuario final", según sus palabras.

Otra de las novedades que este proveedor está trayendo a Jornadas Internacionales es su producto Fiberlink, que acerca la posibilidad de acceder a una plataforma NPlay unificada para redes FTTH. El mismo comprende equipos escalables con soporte para estándares EPON y GPON, y su evolución a 10G-PON para el head-end y sus abonados. "La plataforma"

suma un importante valor pudiendo ser gestionada y administrada por Flowdat", destacó Malisani.

Interlink, que cuenta con clientes en América del Sur y Centroamérica, continúa además desarrollando alianzas estratégicas con partners internacionales para aumentar su participación en el mercado. Asimismo, sigue con la representación de Casa Systems, la destacada empresa norteamericana que fabrica y soporta CMTS Docsis 3.0 escalables, además de comercializar y soportar los distintos modelos de la marca desde 2012.

Malisani concluyó mencionando que este año celebran grandes innovaciones y desarrollos, ya que se están instalando en el predio del nuevo Polo Tecnológico de la ciudad de Rosario.

#### → PROGRAMACION /

### Alterna TV exhibe una oferta original y variada

Con una distribución que viene creciendo de norte a sur en la región, la empresa cree que puede aprovechar los huecos que dejan los proveedores más tradicionales.

Alterna TV cuenta con una interesante oferta para América Latina, donde ofrece un paquete de diez señales de diferentes géneros. Leonardo Pinto, Sr. Distribution Director para la región, repasó junto a la Revista ATVC cómo se integra esa oferta. "Contamos con una señal infantil, Fix & Foxi, nueva en el continente, originada en Alemania, en HD y en español neutro. Es una de las señales más nuevas que manejamos a MotorsTV, que nos brinda programación de deportes automotores. Tenemos otras señales de deportes,

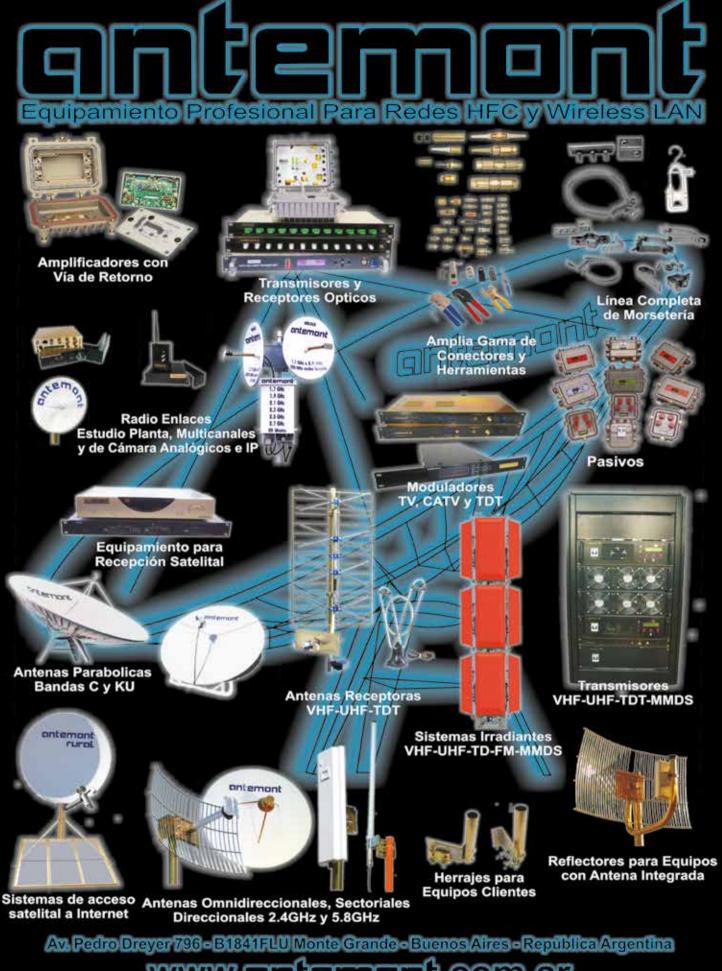
como PXTV, la única en la región con 24 horas de deportes extremos, en alta definición y en español", describió Pinto. Luego mencionó a Trace Sport Stars, de "sporteinment", con programación acerca de la vida y chismes de los grandes atletas de deportes en todas las especialidades, en HD. AYM Sports comprende toda disciplina de deporte amateur de México. LAS (Latin American Sports) emite partidos en vivo, noticias y análisis, producciones originales y programación exclusiva de Puerto Rico, Cuba y México. Canal de 22, el canal de artes y entretenimiento de México, Canal 11 de México, señal de entretenimiento general, Telemicro Internacional, de República Dominicana, y CB, TV de Michoacán, completan el panorama.

"En Sudamérica, las señales que más repercuten hoy día son PXTV HD y Trace Sport Stars, ya que son un género único, PXTV Deportes Extremos



Leonardo Pinto

24/7 en alta definición y Trace Sport Stars", señaló el ejecutivo. Aunque también destacó el interés por los canales más nuevos. Según su experiencia, "los operadores están buscando nuevas opciones y alternativas de señales independientes debido a las limitaciones y/o altas exigencias que los grandes networks les imponen, ocasión que Alterna TV debe aprovechar".



## Fund TV premió a los contenidos educativos

Los tradicionales galardones fueron entregados a las producciones que se destacaron por sus aportes educativos en 2014.



FundTV galardonó una vez más a las realizaciones televisivas y piezas publicitarias con mayores aportes educativos de la temporada 2014. El encuentro se realizó en el Plaza Hotel de Buenos Aires, fue transmitido en vivo por Canal Volver y conducido por el modelo Iván de Pineda y la periodista Barbie Simons. La ceremonia presentó un sentido homenaje al empresario Alejandro Romay y al periodista Tomás Bulat. Además, se entregaron distinciones especiales a Telefe por sus 25 años; a la productora Lucía Suárez, por su trayectoria en televisión; y al programa Destapando la historia de Canal Volver. El FundTV de Oro fue para El Trece Artear; el galardón a la Trayectoria se lo llevó el periodista Julio Bazán; el premio Signis fue para Pequeñas cosas-grandes historias, de Canal 56 TV Universidad de La Plata; y el premio extraordinario -elegido por el jurado entre los premiados esa noche- fue para Ocho escalones, de El

Entre los ganadores se destacaron: Li-

bros que matan, de Canal (á) en la categoría Artístico y cultural de productoras o emisoras. En Productoras pequeñas o medianas, ganó Diseño sin fronteras, de Acequia TV de Mendoza; en Ciencia, naturaleza y ambiente, fue para Cambio ambiental, de UNTREF Media para canal Encuentro. En Deportivo, fue para Cueste lo que cueste, de Acequia TV de Mendoza; en Documentales unitarios ganó Secretos del mar dulce, de Señal Santa Fe; y en Documentales en serie, fue galardonado ¿Por qué acá?, de UN3, canal de la Universidad Nacional de Tres de Febrero de Buenos Aires.

Por otra parte, en el rubro Educación, el premio fue para Recuerdos de provincia, de Cable Norte Televisión S.A. de Misiones; en Entretenimiento fue para Los ocho escalones, de El Trece-Artear S.A.; en Ficción ganó Doce casas, de TV Pública; en Ficción diaria fue elegido Somos familia, de Telefe; en Infantil fue galardonado Desafiólogos, del canal PakaPaka; y en Interés general, productoras o emisoras, fue para La noche de

Mirtha, de El Trece-Artear S.A. En tanto, en la categoría Interés general, productoras pequeñas o medianas, ganó A la vuelta de la esquina, de Acequia TV de Mendoza; en el rubro Juvenil se destacó El combate de los raperos. del canal Ouiero música en mi idioma. que también se llevó otro en la categoría Musicales y espectáculos artísticos, por su programa Música en mis manos. En Noticiero local ganó Antes de salir, de Canal 3 de Rosario, Santa Fe; en Noticiero nacional Telefe Noticias, de-Telefe; en Periodístico de actualidad Periodismo para todos, de El Trece-Artear S.A.; en Periodístico local Por Bahía, de Canal 9 Bahía Blanca; en Periodístico de opinión A dos voces, de Todo Noticias (TN); en el rubro Prevención Quererte bien, de El Trece-Artear S.A.; en Promoción humana y social Tiempo para dar, de Cable Norte Televisión de Misiones; en Publicidad Respetuosa Argentina, del Consejo Publicitario Argentino; y en Temas de vida cotidiana Eco cocina con Martiniano, de El Gourmet.















## Encoders + transcoders de alta densidad para OTT vivo y VOD, con la mejor calidad H.264/HEVC y excelente relación costo/prestación.

## ¡Solución OTT sin complicaciones por menos de USD 3500!



#### especificaciones:

Los encoders/transcoders NoisyPeak permiten instalar una solución OTT en forma muy sencilla y eficaz a costos muy competitivos. El equipo NoisyPeak puede ser la solución completa para un OTT básico, o puede ser parte de una solución integral conformada por otros componentes (Origin server, middleware, DRM, CDN, etc).

En cualquiera de sus versiones, NoisyPeak genera los transportes mutlibitrate en H.264 y HEVC en varios formatos, siendo a su vez compatible con los DRM's más populares. DRM's: Nagra PRM, Verimatrix, Google DRM (MPEG-DASH), AES128 static key (HLS, DASH)

#### Entrada

RTP/UDP SPTS/MPTS, archivos TS - file2live, file2vod, HLS, SDI/HD-SDI, HDMI, SDP/Onvif, UVC 1.5 para cámaras H.264 USB, Audio AAC/AAC LATM, MP2/MP3, AC3.

#### Salida

UDP unicast/multicast SPTS, MBTS/SPTS, MPTS. MPEG-DASH Live and VOD. HLS - v2 or v4 RTMP. TS/MP4. WebDAV o Windows® share (Samba).

Noisypeak is a leading
Switzerland based provider of
advanced video over IP solutions
for the broadcast TV as well as
corporate, government,
professional sports and education
markets.

+more information:

www.noisypeak.com

#### noisypeak one

Encoder/transcoder portátil para OTT basado en GPU para transmitir desde cualquier lugar con cualquier tipo de cámara o fuente de video compatible.

Hasta 9 canales SD de 5 perfiles ó 4 canales HD de 3 perfiles.

#### noisypeak **cell**

Encoder/transcoder profesional basado en GPU para OTT de 1RU basado en Intel Xeon con fuente redundante.

Hasta 13 canales SD de 5 perfiles ó 6 canales HD de 3 perfiles. Entradas HD-SDI opcional.

#### noisypeak eight

Encoder/transcoder profesional basado en CPU/GPU para OTT de 1RU basado en Intel Xeon con fuente redundante.

Hasta 64 SD de 5 perfiles, u 8 canales HEVC Full HD, ó 32 canales H.264 Full HD de 3 perfiles. Entradas HD-SDI opcional.

#### noisypeak amp!

Encoder/transcoder profesional basado en placas aceleradoras Artesyn para OTT de 1RU con fuente redundante.

Hasta 38 canales H.264 Full HD de 3 perfiles. Entradas HD-SDI opcional.

La performance puede variar de acuerdo a la configuración de los perfiles.

Distribution for Latin America: Audio Video Sistemas, Inc 6991NW 82nd Ave, Suite#8 Miami, FL, 33166, USA avs@avsistemas.com +1(786)264-1139





## EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL PROFESIONAL

CONFERENCIAS • WORKSHOPS • MASTER CLASSES • MESAS REDONDAS



## CAPER 2015 broadcast - cable - cine - satélite - iluminación - audio





23 29 30 OCT

**BUENOS AIRES · ARGENTINA** 





Asociación Argentina de Televisión por Cable

www.atvc.org.ar (+54 11) 4342 3362 (+54 11) 4345 5074/5



www.cappsa.org (+54 11) 4374 6932 (+54 11) 4374 6982

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



#### Recientes nombramientos en AFP

Marc Burleigh fue nombrado director de la oficina para América Central de la agencia, cargo que ejercerá a partir de noviembre. Titular de una maestría en Periodismo de la Universidad de Canberra (Australia), se unió como periodista a la AFP en 1997 en la mesa anglófona de París y fue promovido a jefe de turno en 2000 para luego ser designado corresponsal en París en 2002. Desde 2007 se desempeñó en el extranjero. A su regreso a París en 2013, trabajó en la mesa anglófona antes de ser nombrado Editor Lifestyle en el servicio Sociedad.

Por su parte, **Ana Fernández** dirigirá a partir de octubre en Santiago las oficinas de Chile, Perú y Bolivia. Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, Ana Fernández entró en la AFP en 1997 en el servicio español en París. A mediados de 1998 se incorporó al departamento de Deportes y al año siguiente pasó a dirigir la oficina de Brasilia hasta 2003. En 2006, fue nombrada directora delegada para Centroamérica en San José y desde su regreso a Francia en 2011 estaba a cargo de la rúbrica de Economía y era la adjunta del jefe del servicio en español.

g

### Cinemax expande su equipo de Ventas Publicitarias

Ante un momento de crecimiento significativo, Cinemax Latin America nombró a Bernardo Iturriaga como Director de Ventas Publicitarias para México, con reporte directo a Renata Da Conceição, Vicepresidenta de Ventas Publicitarias de Cinemax. Desde el 2012, Cinemax ha experimentado una evolución y crecimiento sostenido en México, al posicionarse en el top 20 de canales de TV de Paga y en el top 12 de canales de películas y series, convirtiéndose en el canal de TV Paga con mayor desarrollo. Apoyando la expansión del canal en México, Bernardo se integra al equipo como



Bernardo Iturriaga

Director para supervisar la planificación estratégica e integral de ventas publicitarias y capitalizar el compromiso de la marca con audiencias locales.

#### agenda

2015

Septiembre 16 al 18

Jornadas Internacionales Hilton Buenos Aires- Argentina

Web: www.atvc.org.ar Web: www.cappsa.org.ar

Octubre

5-8

MIPCOM

Cannes – France

Web: www.mipcom.com

13 al 16

SCTE Cable-Tec Expo® 2015

New Orleans, LA

New Orleans Ernest N. Morial

Convention Center Web: www.scte.org

28 al 30

Caper

Centro Costa salguero Web: www.caper.org.ar

Noviembre

11 v 12

Chile Media Show Hotel Intercontinental de

Santiago

Web: www.grupoisos.net

2016

Enero 19 al 21

NATPE

Fontainebleau Hotel

Miami Beach- Florida

Web: www.natpe.com



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

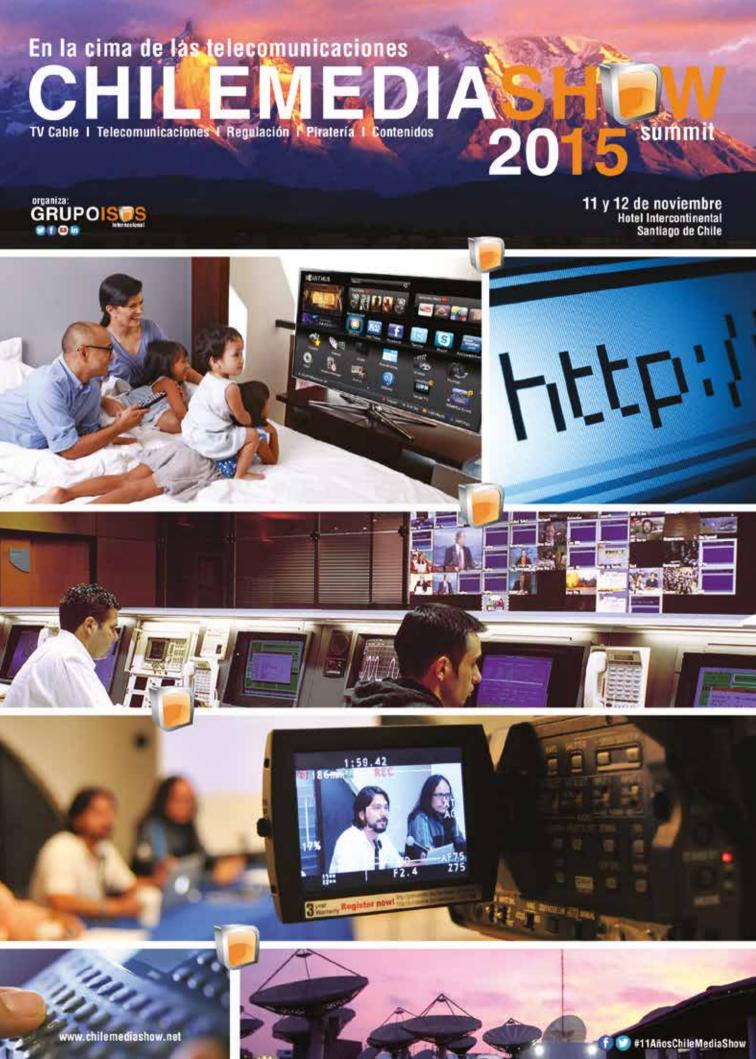
Bs. As. - Argentina

Tel: 54-11-4502-7052

Email: gleombruni@visiongrafica.com

Año: 2015 Nro. 213





### Nuevo canal de RTVE en HD

# star tve





## La calidad lo primero



