



Asociación Argentina  
de Televisión por Cable

## JORNADAS INTERNACIONALES Con fecha confirmada en septiembre

### **Tecnología:**

Quien no evoluciona,  
se extingue

### **Trade shows:**

Llega la IX Cumbre  
APTC en Lima

### **Los derechos del fútbol:**

La televisación  
quedó en manos  
de Fox y Turner

### **Entrevista:**

Washington  
Melo, Presidente  
de CUTA



Un nuevo canal  
de películas de TV paga  
está a tu disposición

**Z**  
**ZEE®**  
**MUNDO**

Lo mejor de Bollywood  
en español y en HD

Una experiencia única para tus suscriptores

 @zeemundo  youtube/c/zeemundo/  @zeemundo  @zee\_mundo

• PARA MÁS INFORMACIÓN •

[ventas@zeemundo.com](mailto:ventas@zeemundo.com)



Asociación Argentina  
de Televisión por Cable

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

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

**Presidente:**

Walter Burzaco

**Vicepresidente 1°:**

Jorge Di Blasio

**Vicepresidente 2°:**

Armando Ametrano

**Secretario General:**

Hernán Verdaguer

**Pro-Secretario:**

Lucio Gamaleri

**Tesorero:**

Daniel Celentano

**Pro-Tesorero:**

Eduardo Uría

**Vocales Titulares:**

Héctor Delloni  
Jorge Olocco  
Daniel Delfino  
Ricardo Masini  
Federico Fornelli  
Fabián Di Cicco  
Eduardo Vila  
Roberto Ferraris  
Jorgelina Ventura

**Vocales Suplentes:**

Alberto Genovese  
Raúl Suárez  
José González  
Jorge Busquets

**Revisores de Cuentas:**

Horacio Luis  
Mario Beorda  
Roberto Argaña

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



## Mensaje del Presidente

El último Informe de Competitividad Global del Foro Económico Mundial, que brinda la actualización anual sobre el estado de las economías de las naciones, muestra que Argentina es el país con mayor presión tributaria del mundo.

La entidad utiliza un conjunto de indicadores, que van desde la facilidad para abrir un negocio a la probabilidad de que funcionarios públicos pidan un soborno. Una de las referencias que más se tiene en cuenta es la carga fiscal del país, porque: mientras más alta sea la presión tributaria, menos competitividad tiene la economía.

Para establecer esto, el Foro utiliza la medición de "la tasa impositiva total" que calcula el Banco Mundial en base a la cantidad total de impuestos, en la que suma cinco tipos diferentes de contribuciones que se pagan tras deducciones y exenciones. Estos impuestos son: Ganancias o el impuesto sobre la renta; contribuciones sociales y laborales a cargo del empleador; impuestos sobre transmisiones patrimoniales; impuestos sobre el volumen de negocios; y otros impuestos. Es decir, se contemplan los principales gravámenes que recaen sobre el empleador y no el empleado.

Aplicando todos estos criterios, el organismo determina que la tasa impositiva total de Argentina alcanza el 137,3%. Asombrosamente es más del 100% de las ganancias corporativas. El impuesto sobre el volumen de negocios de las empresas por sí solo absorbe casi el 90% de los beneficios, antes de añadir impuestos sobre salarios y transacciones financieras.

Coincidentemente, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) también nos ubica como el país con mayor presión impositiva de Latinoamérica y el Caribe (con excepción de Cuba). Esta organización mide una ratio entre el recaudo tributario y el Producto Interno Bruto, que en promedio para toda la región es del 22,8%. Nuevamente, Argentina es la que encabeza el ranking con un 32,1%.

A la presión confiscatoria descrita y calculada por estos organismos, la TV por Cable debe agregar la desmedida avaricia confiscatoria de las sociedades de Gestión Colectiva de Derecho de Autor y de Derechos Conexos, que esquilman al sector con otro 3,5% sobre los ingresos; tasas del ENACOM sobre los ingresos de TV por Cable y TIC; tasa para el Servicio Universal; impuestos sobre los Ingresos Brutos en algunas provincias; y tasas municipales por el uso del Espacio Público y de otra índole, como Seguridad e Higiene. Todo lo que hemos enumerado incrementa la presión fiscal sobre nuestras empresas en un 10% extra, agravando penosamente los rankings negativos que encabeza nuestro país.

Llegados a este punto, no queda otra cosa que pedir a las autoridades que actúen con urgencia. Porque si realmente desean promover las inversiones de las empresas de Cable, deberían realizar una muy profunda revisión de la carga impositiva que afrontan nuestros operadores. Además, ya deberían prever cómo eliminar las serias asimetrías impositivas que hoy existen con los operadores telefónicos, eximidos de pagar por el uso del espacio público.

Es el tiempo de concentrar nuestros esfuerzos económicos y financieros en las inversiones necesarias para satisfacer las exigencias que nos plantean los consumidores del mercado convergente, y no de seguir alimentando gastos improductivos en una maraña de burocracias.

Quitando el excesivo lastre que hemos descripto, las autoridades van a facilitar en verdad nuevas inversiones en modernas redes para los hogares argentinos. Las inversiones en estos activos benefician a la sociedad, por el impacto positivo que tienen sobre el PIB y en materia de empleabilidad. Según estudios internacionales es sabido que, con un punto de aumento de la inversión en Banda Ancha se logra un incremento cercano a los dos puntos del PIB, y casi uno en la generación de empleo. Asimismo, si se favorece la digitalización de la economía, las empresas serán más productivas y podrán ofrecer mejores empleos en todo el país.

En resumen, pedimos a las autoridades que beneficien a la sociedad, estimulando las inversiones y poniendo freno a una regresiva voracidad recaudatoria.

# La industria marcha hacia un nuevo encuentro en Jornadas Internacionales



*Con la licitación de espacios ya realizada, la feria de TV por Cable más importante de la región ingresa en una nueva etapa con la mira puesta en septiembre.*



Como marca el calendario todos los años, los pasos se van cumpliendo de a uno y una nueva edición de Jornadas Internacionales asoma en el horizonte. En esta ocasión, la cita será del 19 al 21 de septiembre en el Hotel Hilton Buenos Aires, en Puerto Madero, el escenario que viene albergando las últimas ediciones del ya tradicional trade show.

La preparación y organización del evento encara una nueva etapa, una vez superada la licitación de espacios que se llevó a cabo el 20 de abril último en Buenos Aires, en las instalaciones del Club Alemán, donde las principales empresas proveedoras eligieron los stands que ocuparán en la exposición.

Este año se concretará la edición número 27 del encuentro internacional de TV por Cable más relevante de Latinoamérica, organizado conjuntamente por la Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC) y la Cámara de Productores y Programadores de Señales Audiovisuales (CAPPSA).

Con la misma tónica y objetivos que habitualmente transita Jornadas Internacionales, el interés estará repartido y balanceado. Por un lado, la nutrida y siempre novedosa exposición,

con la presencia de los más importantes oferentes de programación, contenidos, equipamiento tecnológico y servicios para los cableoperadores de Argentina y de otros países que llegan en busca de soluciones. Por el otro, las conferencias que convocan tanto a expertos como a importantes funcionarios, legisladores y programadores, y también a los propios protagonistas de esta industria, los representantes de los sistemas de TV por Cable.

En ese sentido, las Conferencias Académicas concentrarán los temas de mayor actualidad para el sector, cubriendo la agenda relacionada con los aspectos comerciales, tecnológicos y regulatorios. Este año, en un contexto de cambios constantes y nuevas exigencias por parte de las audiencias, el temario abordará muchos de los tópicos que ocupan a los cableoperadores, enfocados en consolidar sus sistemas en esta etapa en la cual el modelo de distribución de contenidos audiovisuales se encuentra en plena reconfiguración.

## Presencias internacionales

Como siempre, estará presente el factor regional e internacional, uno de los rasgos distintivos del evento que desde hace casi tres décadas organizan ATVC y CAPPSA. Por esa razón, una vez más los paneles contarán con la presencia de destacados referentes llegados de diversos países para compartir su experiencia y conocimiento con el auditorio.

El programa de las Sesiones Académicas Técnicas, orientado al personal técnico de las empresas, también tendrá en esta ocasión una relación directa con la actualidad que vive

hoy el sector en esa área, que adquiere un protagonismo aún mayor en momentos en que la actualización de redes y tecnologías aparece como un factor clave para afrontar con éxito esta nueva dinámica que propone el mercado.

Tampoco faltarán en este rubro los ya consolidados espacios para los workshops de las empresas proveedoras y la jornada de la SCTE (Society of Cable Telecommunications Engineers) de Estados Unidos, donde sus especialistas acercan a los operadores locales las últimas tendencias que toman fuerza en los países tecnológicamente más avanzados.

En base a este esquema, de aquí a la fecha de la realización de Jornadas Internacionales se irán confirmando los días y horarios de las distintas actividades, los temas a tratar en los distintos ciclos de conferencias y los disertantes que participarán en cada una de las mesas. Proponiendo, como siempre, que este encuentro anual sea un punto de intercambio, análisis y fructífero debate entre los distintos protagonistas de una industria que desde hace más de 50 años viene ocupando un lugar fundamental en los hogares argentinos, no solo en las grandes metrópolis, sino también en los pueblos más alejados.



# 2017

## JORNADAS INTERNACIONALES

HILTON . BUENOS AIRES

CONFERENCIAS: 19, 20 y 21 de Septiembre  
EXPOSICIÓN COMERCIAL: 20 y 21 de Septiembre

La convención más relevante de América Latina vuelve a abrir sus puertas para recibir a los principales protagonistas de la región, Norteamérica, Europa y Asia.

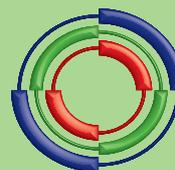
Jornadas Internacionales expresa su compromiso con la evolución de la sociedad, el acceso a la información y el conocimiento con la presentación de una nutrida exposición comercial, charlas debate sobre la realidad del sector y una serie de conferencias técnicas.



Asociación Argentina  
de Televisión por Cable

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

(+54 11) 4342 3362 / (+54 11) 4345 5074/5



**cappsa**

CAMARA DE PRODUCTORES Y PROGRAMADORES  
DE SEÑALES AUDIOVISUALES

[www.cappsa.org](http://www.cappsa.org)

(+54 11) 4374 6932 / (+54 11) 4374 6982



# La IX Cumbre APTC convoca en Lima

*La feria que organiza todos los años la entidad que nuclea a los cableoperadores peruanos se realiza momentaneamente en la capital de ese país.*



La Asociación Peruana de Televisión por Cable (APTC) realizará su IX Cumbre en el Swissotel Lima el 26 y 27 de abril. De acuerdo a lo que adelantaron los organizadores del evento, los temas principales para esta edición son la revolución digital, el apagón analógico y las mejores opciones en sistemas de internet, cuestiones que recorren la realidad del sector tanto en territorio peruano como en toda la región.

Desde las problemáticas en el sector de la TV Paga en el Perú como la informalidad de cableros, la competencia desleal y los costos elevados en las provincias del interior del país, hasta las nuevas estrategias en pro de la innovación tecnológica y las nuevas tendencias, serán muchos y variados temas los que se debatirán durante el desarrollo de la IX Cumbre APTC.

Así como ocurre todos los años desde la primera edición en el año 2009, este trade show reúne en Perú a cableoperadores, empresas de contenidos, canales de TV, compañías de equipamiento y afines en el rubro de manera anual desde el 2009. Con ese objetivo llegan decenas de participantes, tanto del país como de otras latitudes.

## Las conferencias

Respecto de los ponentes que estarán a cargo de las charlas magistrales,

uno de los atractivos de la Cumbre, la entidad peruana anunció que llegará desde Argentina a Juan Ramón García Bish, ingeniero que posee una reconocida trayectoria de más de 35 años en el mercado de las comunicaciones audiovisuales tanto en su país como en toda Latinoamérica a través de la capacitación, la consultoría y su rol en diferentes organizaciones del sector.

Por otro lado, también se anticipó la presencia de Tomás Delgado Paredes, ingeniero colombiano que cuenta con una experiencia de más de 30 años en sistemas de Televisión y redes de banda ancha. Delgado Paredes tuvo participación en diseño y montaje de sistemas de TV por suscripción UHF, HFC y Satelital. Asimismo, es consultor de varios MSO en Redes HFC, FTTH y contenido IPTV y OTT.

Ellos, junto a otros especialistas de entidades públicas y privadas, estarán presentes en esta nueva entrega que simboliza además una celebración a la modernidad. *“Y es que la APTC busca fomentar el planeamiento estratégico, no solo en las campañas y actividades comerciales en general, sino también, forjar un objetivo a mediano plazo: el de adaptar a los cableros de Sudamérica, en especial los peruanos, al apagón tecnológico que sucederá según fuentes oficiales del país en 2020”*, expresaron desde

la entidad.

*“Es por ello que el gran cambio ya debe tomar lugar en el campo tan competitivo de las telecomunicaciones, pero sobretodo, debe dejar de verse como una ‘amenaza’, siendo calificado más bien como lo que es: una ‘oportunidad’”*, aseguraron al momento de anunciar la realización una vez más de la feria.

De este modo, el imponente Swissotel Lima abrirá sus puertas durante la última semana de abril para llevar a cabo las diversas disertaciones sobre temas coyunturales en el sector de las telecomunicaciones a cargo de especialistas del Perú y del mundo, así como la feria comercial, con un espacio disponible de 850 m<sup>2</sup> a cargo de las marcas más influyentes de la industria.

*“Esta nueva edición de la cumbre supone dar un breve vistazo al pasado, evaluar cómo hemos ido evolucionando en la industria y dar una mirada hacia lo que nos espera en los siguientes años. Esta es una oportunidad de avanzar a la par con las nuevas alternativas y tendencias, y por qué no, reinventarnos como empresa”*, finaliza la invitación de APTC. Las anteriores ediciones de la Cumbre APTC se llevaron a cabo en Cusco (2009), Lima (2010 y 2011), Arequipa (2012), Tarpoto (2013), Piura (2014), Cusco (2015) y Lima (2016), al igual que este año.

# LO MEJOR DEL DEPORTE ESTÁ EN TyC SPORTS



La mejor programación polideportiva, la transmisión de los principales eventos de la región y toda la pasión del fútbol argentino y latinoamericano, con el estilo característico del canal líder de deportes de Argentina.

## TyC Sports



# La industria debatió las nuevas tendencias en Punta Show Montevideo

*Importantes referentes del sector de la TV paga y telecomunicaciones se dieron cita en esta nueva edición del encuentro que se realiza anualmente en Uruguay.*



Acto inaugural de Punta Show 2017

Trasladado a Montevideo, Punta Show cubrió las expectativas de quienes llegaron al país oriental para participar de la edición 2017 de esta feria. Tanto los ciclos de conferencias como el espacio destinado a la exposición comercial fueron recorridos por decenas de cableoperadores y otros interesados en el desarrollo de una industria que se encuentra en constante cambio, tanto por los avances tecnológicos como por las crecientes demandas de las audiencias.

Las actividades en el hotel Radisson Victoria Plaza se sucedieron sin pausa durante los dos días en los cuales se desarrolló el evento, 21 y 22 de marzo. Conferencias, reuniones, almuerzos y diversos encuentros formales e informales constituyeron una agenda nutrida para los participantes.

El programa de disertaciones en el Ball Room del hotel se inició bien temprano el martes 21, con la ponencia del ejecutivo chileno Emilio Martinic, gerente general de 1190 Sports. Su tema, uno de los más relevantes en la actualidad,

fue "Los contenidos deportivos y la demanda por TV Paga y OTT."

*"En 2011, el mundo estaba obsesionado con lo que se venía del streaming y OTT; el resto de la historia la conocen, hemos venido hablando de eso hace 6 años,"* rememoró Martinic.

*"Hoy el 89% de la población mundial son usuarios de internet. A excepción de África, todo el mundo está conectado a internet, y esto ha sido clave para*

*el desarrollo de las plataformas digitales y los servicios a través de internet,"* detalló.

Y mirando hacia el futuro, reveló algunos pronósticos que maneja el mercado para el año 2020: el 50% del tiempo de consumo de video será en aparatos móviles, el 50% del consumo de video será On Demand y el 50% de los consumidores serán screen shifters y mobility centrics.

*"Hoy Latinoamérica registra el 10% del consumo total de Internet en el mundo, y cuenta con 90 millones de suscriptores de TV por Cable, lo que representa un 60% de penetración. Por su parte, las plataformas OTT por suscripción llegan a entre 10 y 15 millones de usuarios,"* destacó.

A continuación, se puso en marcha uno de los nuevos formatos que presentó este año Punta Show: los screenshots. La primera compañía en poner en práctica la novedosa modalidad fue Fox. La presentación estuvo a cargo de Sergio Veiga, General Manager, Hernán Insausti, VP para Uruguay y Pablo Cancelliere, VP de Marketing para la región Cono Sur. Los contenidos de la presentación se desarrollan con más



Los Cableoperadores Pymes de Argentina, Paraguay y Uruguay se reunieron en Montevideo

precisión en una nota aparte en esta misma edición.

Más tarde, Leonardo Ricagni, Director y productor de Migrante Content, y Carlos Callero, productor audiovisual, conformaron el panel sobre *“Creación de Nuevos Contenidos para Plataformas”*, moderado por Mario Bossolasco, de Canal U. Entre los conceptos vertidos, los panelistas citaron el ejemplo de Colombia, *“donde se ha logrado combinar las necesidades del público internacional con lo local, a la vez que se tiene un apoyo gubernamental importante”*.

### La televisión del futuro

Luego fue el turno de Sebastián Rossi, quien en representación de Network Broadcast desarrolló el tema *“Las nuevas generaciones y la televisión del futuro”*. Tras hablar de las características de servicios con Netflix y su relación con los sistemas actuales, Rossi aseguró que *“el cableoperador debe explotar su mayor ventaja, que es conocer al cliente”*. También señaló que *“hay una convergencia en los contenidos; no se puede ir sólo a Netflix, o a HBO Go, y esto plantea el problema de hacer que el cliente pueda entrar en forma simple, cuando el problema es la multitud de contraseñas”*. Para terminar, comentó que *“hay que saber en qué debe el cableoperador invertir el dinero que tiene disponible para ampliación o mejoramiento de la red”*.

A su turno, luego del almuerzo, Jorge Suárez, Subgerente General de Ventas de la compañía estatal Antel hizo su presentación bajo el título de *“Una red de excelencia para resultados exitosos”*. El funcionario destacó las inversiones que viene realizando la empresa: según explicó, para mejorar su oferta de datos cuenta con un cable submarino que le permite ser dueña de la infraestructura, además de su ya conocida red de fibra óptica al hogar,

que llega a más del 50% de los domicilios, con un promedio de velocidad de 5 a 6 Mbps y picos de 60 Mbps, por encima del resto de América Latina.

Habló además de la nueva iniciativa con el Antel Arena. *“Será el centro de contenidos para la región a partir de 2018. Tenemos el lugar donde podemos realizar eventos deportivos y culturales”*, aseguró.

Le siguió el workshop dictado por Miguel Martínez, de Axor, quien se refirió a la plataforma interactiva que se está montando con NetK con el objetivo de sintonizar cualquier tipo de dispositivo en cualquier momento y lugar. *“El 86% de los consumidores tiene algún dispositivo a mano cuando está sintonizando TV lineal. Esta interacción da origen a lo conocido como TV Social”*, puntualizó.

Desde el costado académico, el ingeniero Fabio Baudo, de la Universidad Católica, hizo su aporte a las temáticas abordadas a lo largo de Punta Show. Para el profesor de Estrategia en las maestrías de la casa de altos estudios, hay una fuerte regulación y una fuerte tendencia a las alianzas, que es negocio de buena rentabilidad y cuyos proveedores son los de programación y los de tecnología. En su opinión, hoy la tecnología es mucho más compleja y abre dependencia con los proveedores. En ese sentido, destacó la presencia de equipamiento chino que *“funciona actualmente con ejemplos de excelente calidad a la quinta parte del costo de un producto estadounidense similar”*.

### Reuniones de cableoperadores en Montevideo

La tarde del martes 21 también tuvo en su agenda dos reuniones que se llevaron a cabo en la Sala Renoir del Hotel Radisson. La primera de ellas fue la primera reunión anual extraordinaria de la Cámara Uruguaya de Televisión para

Abonados (CUTA). Al finalizar, su titular, Washington Melo, comentó a Revista ATVC que el principal objetivo del conclave fue escuchar las inquietudes de los asociados en vistas a la próxima asamblea que realizará la entidad. La relación con los proveedores de contenidos, crucial en esta etapa, fue el tema más destacado entre los participantes.

También tuvo lugar el encuentro entre las cámaras de cableoperadores Pymes de la región, donde estuvieron presentes representantes de la Asociación de Cableoperadores del Interior de Paraguay (ACIP), la Cámara Argentina de Cableoperadores Pymes (CACPY) y la propia CUTA, que reúne en su seno a los pequeños operadores del interior uruguayo.

Sobre el final de la primera jornada se llevó a cabo la inauguración formal de Punta Show 2017. Allí María Soto, Presidenta de Grupo Isos, agradeció y dio la bienvenida a la 14ta edición del evento, y afirmó: *“Esta edición de Punta Show sin lugar a dudas marca nuevas posiciones y visiones del sector de las telecomunicaciones del Uruguay. Ya hace casi 15 años que venimos realizando estos eventos en toda la región (Chile, Bolivia, Paraguay y Uruguay), cada uno inmerso en la realidad de su contexto geopolítico y las particularidades del país”*.

Entre los presentes en el acto de corte de cinta estuvieron presentes diferentes autoridades como el Intendente de Montevideo, Daniel Martínez, Silvana Olivera, Directora de la URSEC, Alberto Scavarelli, Director ONSC de la Presidencia de la República, Andrés Tolosa, Presidente de Antel, Carmelo Ruggilo, Presidente de CERTAL, Sergio Veiga, Presidente de CAPPSSA, Washintong Melo, Presidente de CUTA, y Fernando Fontan, Presidente del LATU.

Por la noche, Fox brindó una recepción para los asistentes que contó con tragos, buena música, un clima agradable



Los miembros de CUTA debatieron en el hotel Radisson



Felipe de Stefani en plena disertación

y conversación distendida en el piso más alto del hotel. A la celebración llegaron representantes de todas las empresas expositoras.

**Segunda jornada**

La agenda del segundo día de actividades comenzó con el screenshot de AMCN Latin America, que contó con buena cantidad del público. Allí sus ejecutivos Victoria Coppola y Christian Vanzini realizaron un repaso por los principales éxitos, contenidos y estrenos de sus cuatro señales de cine y series: canal AMC, SundanceTV, Film & Arts y Europa Europa.

Sobre el final de la presentación, luego de poner de manifiesto las particularidades de cada una, Coppola destacó que *“todas las señales de cine y series de AMCN tienen una identidad bien marcada, y cada una le habla a un público distinto.”*

También en la mañana del miércoles, los asistentes pudieron presenciar la disertación *“TV Everywhere en Latinoamérica”*, a cargo de Ariel Barlaro, de Dataxis. Entre los datos que compartió, reveló que en Estados Unidos la ban-

da ancha llegó a superar a la TV Paga lineal el año pasado. También remarcó el incremento exponencial de las cuentas OTT. De todos modos, aclaró que la TV Paga continúa creciendo en Latinoamérica, incluso contemplando los problemas de Brasil.

En la siguiente exposición, Alejandro Neri, Director Comercial Senior de Eutelsat, brindó el workshop de esa empresa denominado *“Comunidades de video premium para las Américas y más allá”*. Allí, el proveedor satelital exhibió las claves de su oferta dirigida a la comunidad de video para la región, con la capacidad de sus satélites Eutelsat 113 West A y Eutelsat 117 West A.

Neri hizo énfasis en las características de la oferta de Eutelsat: distribución panregional de principales canales y contenido en Latinoamérica, transmisión de más de 200 canales en la actualidad, importante penetración en cabeceras de cable en Latinoamérica y el Caribe con más de 1900 antenas receptoras en toda la región, crecimiento gracias al dinamismo del mercado latinoamericano, proliferación de canales HD y excelentes niveles de potencia y

cobertura.

Una de las últimas actividades fue la conferencia de Felipe de Stefani, CEO de Turner Argentina, quien habló sobre *“Tendencias globales en medios y entretenimiento”*. Los principales conceptos de esa charla se detallan en una nota aparte pero, en resumen, el mensaje giró alrededor de la necesidad de renovar criterios para poder dar respuesta a los nuevos hábitos de consumo, especialmente en lo referido a los millennials.

El cronograma cerró con la mesa que compartieron Horacio Gómez, Director de La Granja Films, Pablo Arriola, Director de Oz Media, y Robert Rocha, VP de Canal U, con la moderación de Juan Pellicer, docente de FIC. Allí, bajo la consigna *“Los televidentes prefieren contenidos a canales lineales”*, debatieron acerca de la variación del concepto de la TV en los últimos años, la incidencia de la tecnología a la hora de pensar los contenidos y la influencia del rating en la TV actual a la hora de pensar propuestas, basados en la experiencia de cada uno de los integrantes de la mesa.

**Galería de Fotos**



Luciana Brando, Pablo Cancelliere, Sergio Veiga y Hernán Insausti



Federico Ávila de ESPN/Disney



María Eugenia Ramos Mejía de EWTN



Gustavo Rabinsky, Gabriel Bomio y Sergio Canavese



Alejandro Harrison y Pablo Núñez de Telecom Argentina con Sergio Canavese y Claudio Isolani



Carlos Cordero, Lorena Herlein y Guillermo Cantalupi de TURNER



Sabrina y Mariana Capurro de SGDG y Adriana Médici



Washington Melo, Presidente de CUTA



Christian Vanzini y Victoria Coppola de AMCN



Emilio Martinic



Daniel Otaola y Ariel Katz de Viacom y Roberto Cal de TVC



Virginia Priano de Cablevideo Digital y Hernán Chiofalo de TyC Sports

# Fox: “No podemos hablar solo de programación”

La disertación de los ejecutivos de la compañía en el marco de Punta Show marcó la estrategia que llevan adelante en esta nueva etapa.



Sergio Veiga

Fox fue una de las compañías que utilizaron el nuevo formato screenshot en la última edición de Punta Show. En ese marco, Sergio Veiga, SVP & Gerente General de Fox Networks Group Región Sur, señaló el aspecto clave para los programadores en la actualidad: “Hoy ya no podemos hablar solamente de programación. Lo

que vamos a mostrarles es un panorama de todas nuestras respuestas”.

En consecuencia, Pablo Cancelliere, VP de Marketing para el Cono Sur, comenzó su alocución destacando que en esos momentos Fox cuenta en redes sociales en toda América Latina con 134 millones de fans o seguidores. De este modo, aseguró que FNG es el grupo más exitoso en ese ítem.

Luego brindó un amplio panorama de los contenidos y producciones más importantes de las distintas señales del grupo en los últimos tiempos. En este punto, hizo hincapié en la significativa cantidad de producciones originales que Fox lleva adelante en diversos territorios de la región.

A su turno, Hernán Insausti, VP de FOX Networks Group Uruguay, hizo referencia a la producción original de Fox Sports en ese país, y al canal en sí mismo. “Todo lo que pasa en de-

portes, se puede ver en la pantalla de Fox Sports”, resumió.

Para concluir su Screenshot, y luego de nombrar algunas de las virtudes de la nueva propuesta Premium de la Compañía en el continente, Cancelliere e Insausti hicieron algunos regalos a los presentes.

Más temprano, en un workshop destinado a operadores, Alejandro González Bosch, gerente de Servicios de Valor agregado para el Cono Sur, habló acerca de Fox Premium APP&TV y describió las opciones y contenidos de este nuevo esquema, compuesto por las siete señales Premium de Fox, y por la APP multiplataforma que permite el acceso on demand a series, películas y contenidos deportivos.

Según explicó, se trata de una renovación del anterior paquete Fox+, “con el objetivo de seguir segmentando y apuntando a distintos tipos de consumidores”.

## “La gente ya no piensa en canales, piensa en contenidos”

La presentación de Turner en Montevideo estuvo a cargo de Felipe de Stefani. El ejecutivo también dialogó con Revista ATVC.

El Gerente General de Turner International Argentina, Felipe de Stefani, fue uno de los disertantes más destacados entre las presentaciones que se apreciaron en Punta Show.

Como parte de su exposición, enfocada hacia las “perspectivas sobre tecnología y medios”, De Stefani aseguró que “la gente dedica más de la mitad de su tiempo de vigilia a consumir contenidos y a tener actividad en medios”.

Según explicó, los millennials son el futuro del consumo y uno de los principales destinos de los esfuerzos publicitarios en la actualidad. “Los niños de hoy no comprenden lo que es esperar a un horario determinado para ver un pro-



Felipe de Stefani

grama”, afirmó. En ese sentido, advirtió que “si el cable no tuviera contenidos exclusivos, muchos Millennials cortarían su suscripción a TV paga”.

Por eso señaló que las estrategias y los esfuerzos tanto de los cableoperadores como de los productores de contenidos deben estar enfocados teniendo en cuenta estas nuevas realidades. “La gente ya no piensa en canales, piensa en contenidos. El concepto de ‘appointment viewing’ ya está completamente obsoleto”, remarcó el hombre de Turner.

En cuanto a las necesidades de hacer in-

versiones, razonó que “se debe cambiar en los buenos tiempos, ahora. No cuando las crisis nos indiquen que tenemos que hacerlo”.

Sobre ese punto, una vez terminada su exposición, Revista ATVC le consultó cómo se compatibiliza esa necesidad con las posibilidades reales de inversión de los sistemas de cable. De Stefani reconoció que “siempre que se plantean estas cosas, se genera ansiedad e incertidumbre porque uno piensa que no tiene suficiente para invertir en lo que necesita”. Sin embargo, agregó: “Yo aprendí que estos caminos se hacen paulatinamente, y que uno no va a llegar a cien de cero, pero tampoco va a quedar en cero para siempre”.

También mencionó el ejemplo de su propia compañía: “En Turner hace unos años vivíamos una situación que no tenía nada que ver con esta, y si no nos hubiéramos movido no habríamos llegado al lugar en que estamos ahora”.

# “Ofrecer una experiencia televisiva superior”

Además de presentar sus nuevas producciones para este año, AMC mostró satisfacción por los resultados obtenidos.



AMC Networks International tuvo su presencia en Punta Show con un screenshot. Además, Alejandro Kember destacó el crecimiento de las señales del grupo, tanto en cuanto a distribución como en ratings: *“Estos resultados demuestran una vez más la fortaleza y creciente popularidad de los contenidos nuestro de portafolio de señales a lo largo y ancho de la región, incluido el mercado uruguayo,”* aseveró el VP de distribución de AMCNI – Latin America para el Cono Sur. Según el ejecutivo, *“el espíritu de innovación y calidad de nuestros contenidos han sido el motor de nuestro éxito en la cambiante industria del entretenimiento y nos han convertido en una de las empresas de TV paga más interesantes a nivel programación y de más rápido crecimiento en América Latina en los últimos años. Esto nos motiva en el 2017 a trabajar cada vez más fuerte para ofrecer una experiencia televisiva superior a la audiencia en Uruguay y el resto de los*



Alejandro Kember

*países de la región.”*

AMCNI- Latin America aprovechó también el PuntaShow Summit para presentar a sus socios comerciales sus nuevas producciones para el 2017. La empresa exhibió segmentos destacados de su programación del año, la cual incluye Into the Badlands (segun-

da temporada), Rectify en su cuarta y última entrega, el arribo de Hap and Leonard a AMC y el regreso de Fear the Walking Dead para junio. Finalmente, presentó The Terror, la nueva mega producción de AMC Studios que llegará a la señal insignia de la empresa a finales de año.

Además, la compañía dio a conocer algunos de los premios recibidos recientemente. En el primer trimestre del 2017 obtuvo tres nuevos galardones para su multipremiada serie original The Night Manager, liderando las categorías actorales en los Golden Globe. Más recientemente, el Writer's Guild of America eligió a Fear the Walking Dead: Passage como Mejor producción de formato corto. Por otra parte, en la región sudamericana, El Gourmet fue homenajeado en el 2016 con el premio al mejor programa gastronómico en los Martín Fierro de Cable por Las Recetas de Felicitas.

## “Las señales nos tienen que acompañar”

Washington Melo, titular de CUTA, dialogó con Revista ATVC acerca de la relación entre los distintos actores del negocio de la TV Paga.

Luego de la reunión que realizó CUTA con sus asociados en el marco de Punta Show, su Presidente, Washington Melo, repasó el desarrollo de ese encuentro: *“La reunión fue sobre todo de carácter informativo, donde la directiva presentó a los socios las líneas de trabajo que está llevando adelante. Y el objetivo era también recoger los planteos de los socios para delinear los temas que trataremos en la próxima asamblea.”*

Respecto de la realidad del negocio en Uruguay, recordó que los operadores continúan *“dando el video tradicional”* allí. Si bien se ha avanzado en la digitalización -ya hoy cerca del 95% de los cables del interior brinda servicios digi-



Washington Melo

tales y un 50% de los abonados recibe solo servicio digital- *“como es sabido, el marco normativo nos impide dar servicios de Internet. Por lo tanto, hemos podido evolucionar solamente en una pata del negocio,”* expresó el directivo.

*“Para subsanar este inconveniente regulatorio hemos hecho un acuerdo con Antel. Ese acuerdo pretende ser de complementación de redes y servicios, en la cual nosotros podemos utilizar las facilidades de la red de fibra óptica nacional de Antel,”* continuó.

Luego de eso, se introdujo en el tema de la relación con los proveedores de con-

tenidos: *“La cuestión de los costos, de la calidad de la programación, el abuso de posición dominante que hacen algunos poseedores de derechos de contenidos es un tema preocupante para nosotros.”* De acuerdo a lo que explicó Melo, *“en base a los planteos de las asociaciones, las señales han empezado a incursionar en ofrecernos el contenido en forma lineal pero también mediante OTT. Las señales nos tienen que acompañar en ese tema, porque son quienes generan lo que nosotros vendemos, más allá de los contenidos locales que produce cada uno en su ciudad.”*

*“Afortunadamente van siendo receptivas a las necesidades que manifestamos y empiezan a plantear distintas opciones. Ellos son nuestros socios de negocios, y necesitamos que nos ofrezcan productos a un precio competitivo, de modo tal que podamos trasladarlos a nuestros clientes de manera rentable para todos,”* completó.

# BCD<sup>®</sup>

Innovación  
& Tecnología

## LÍDERES EN PROVISIÓN DE TECNOLOGÍA PARA REDES DE BANDA ANCHA

- PROVEEMOS EQUIPAMIENTO, SOLUCIONES TECNOLÓGICAS Y SERVICIOS A OPERADORES DE REDES DE DATOS, VOZ Y VIDEO.
- BRINDAMOS ASESORAMIENTO Y SOPORTE TÉCNICO POSTVENTA

CELEBRANDO  
30 AÑOS

[WWW.BCD.COM.AR](http://WWW.BCD.COM.AR)

CMTS, CABLEMODEMS, NODOS ÓPTICOS, PLATAFORMAS ÓPTICAS,  
AMPLIFICADORES, CONECTORES, VIDEO DIGITAL

  
ARRIS  
GOLD  
Advanced VAR

FTTH GPON, OLT, ONT, IPTV,  
WIFI CARRIER CLASS

 Calix

BCD  
3 DE FEBRERO 312  
S2000BKH ROSARIO // SANTA FE // ARGENTINA  
TEL // +54 341 425 0040

[INFO@BCD.COM.AR](mailto:INFO@BCD.COM.AR)

# Con el foco en el cliente



La rueda de prensa en el marco del SIT de Cablevisión recorrió los temas de actualidad de la industria.



La edición 2017 del SIT (Seminario Internacional de Telecomunicaciones), evento interno organizado por la Gerencia Técnica de Cablevisión desde el año 2012, se llevó a cabo entre el 28 y el 30 de marzo en el Hotel Sheraton. Durante la jornada de cierre se ofreció un desayuno de prensa que contó con la presencia de Jorge Salinger, VP de Arquitectura Redes de acceso de Comcast y uno de los mayores referentes de la industria, Chris Bastian, CTO de la SCTE, Ron Hranac, Líder técnico de Cisco Systems (CMTS), John Downey, también Líder técnico de Cisco, y Miguel Fernández, Gerente Técnico de Cablevisión, quien hizo las veces de anfitrión. La modalidad fue más bien la de un espacio informal de discusión en torno al tema de las nuevas tecnologías, y los desafíos que esto conlleva para los operadores.

Como era de esperarse, se planteó el interrogante de la fibra versus el cable coaxial. Según los expertos, el incremento en la demanda de datos no constituye un problema para las redes híbridas de fibra y cable coaxial (HFC), ya que con el DOCSIS 3.1 -la última versión del estándar de transferencia de datos a través de las redes de cable que permite a los operadores de cable ofrecer una velocidad que alcanza 1GB por segundo- se cubrirían las necesidades del suscriptor de aquí a varios años, sin necesidad de llevar la fibra directo al hogar. Por otra parte, todos los presentes coincidieron en

relación al hecho que en muchísimos casos el problema radica en que los dispositivos hogareños no están preparados para velocidades tan altas.

*"En Comcast ya estamos desplegando la tecnología 3.1, con la cual podemos ofrecer hasta 10 GB de bajada y 1 GB de subida sin necesidad de recurrir a la fibra, en una forma mucho más económica y más rápida en cuanto a su implementación. Además, hoy se está trabajando en la próxima generación de Full Duplex que permitirá ofrecer 10 GB simétricos, pero la realidad es que ningún usuario está en condiciones de consumir este servicio porque ni siquiera hay equipamiento que permita llegar a esas velocidades,"* comentó Salinger.

En tanto Hranac, de Cisco, mencionó el desafío que se les presenta a los cableoperadores frente a esta situación:

*"Hay suscriptores que adquieren el servicio de 1GB y se quejan porque solo reciben 300 MB, sin siquiera saber que el problema tiene que ver con sus propios dispositivos. Es importante que los cableoperadores se ocupen de capacitar a sus técnicos para que sepan identificar cuando el problema es de la compañía y radica en los equipos que hay en el hogar del suscriptor. Esto haría que la industria se encuentre con un usuario más capacitado y facilitaría las cosas para todos."* Por su parte Fernández, de Cablevisión, señaló: *"Las telcos hablan de fibra porque no tienen otra alternativa, y genera-*

*ron una competencia que obligó a la industria a desplegar rápidamente productos que ofrezcan mayor capacidad. En Cablevisión estamos concentrándonos en velocidades más realistas para nuestra coyuntura, y por el momento apuntamos a los 500 Mbps."*

El servicio Over the Top (OTT) llegó para quedarse. La gente quiere disfrutar de los contenidos en cualquier lugar, en cualquier pantalla y en cualquier momento. *"El consumo de este tipo de plataformas depende de la edad. La gente mayor sigue prefiriendo la pantalla más grande. Pero los millennials solo quieren acceder al contenido donde sea, y sin dejar de interactuar en las redes a través de las apps de sus dispositivos móviles,"* remarcó Chris Bastian, de la SCTE.

*"Atentos a esto, hace unos meses Cablevisión lanzó su plataforma OTT Flow, la cual tuvo mucha aceptación en el mercado,"* manifestó Fernández, quien para finalizar comentó acerca de los avances que se vienen realizando para tener una red móvil de alta velocidad: *"Con la planta existente de Nextel, tenemos alrededor de 1000 puntos de acceso; en cuanto se resuelvan algunas cuestiones de espectro, estaremos en condiciones de tener una de las redes de 4G más avanzadas de la región. Nuestro objetivo es que esto ocurra lo más pronto posible."*

# Novedoso acuerdo de HBO en Asia



Jonathan Spink

*La compañía anunció un servicio que se brindará a través del operador AIS para Internet y dispositivos móviles.*

HBO Asia informó la concreción de un acuerdo exclusivo con Advance Info Service (AIS) en Tailandia para ofrecer su paquete de 24 canales premium de películas sin cortes comerciales, HBO, HBO SIGNATURE, HBO HITS, HBO FAMILY, RED by HBO y CINEMAX, a través de Internet y en dispositivos móviles. Desde el 22 de marzo, el paquete de canales de HBO está disponible para suscriptores de ancho de banda y móviles, en Internet a través de AIS Play-box, así como en HBO GO, a través de la aplicación móvil AIS Play. Es la pri-

mera vez que suscriptores en Tailandia podrán acceder a contenido de HBO cuando quieran, donde quieran, en sus dispositivos móviles y en múltiples pantallas. También, por primera vez en Tailandia, los suscriptores tendrán la posibilidad de elegir el lenguaje -entre inglés y tailandés- para títulos selectos.

Para celebrar la llegada del paquete de canales HBO AIS en Tailandia, Liam Cunningham, quien interpreta a Ser Davos Seaworth en Game of Thrones, asistió al evento AIS World Class Entertainment, en Bangkok. La séptima temporada de la serie épica estrenará en Asia de manera simultánea con Estados Unidos, el 16 de julio.

*"En HBO Asia siempre hemos estado comprometidos con nuestros fans en Tailandia y estamos encantados de haber encontrado un aliado propositivo e innovador en AIS. Hemos trabajado*

*con empeño para asegurar que los canales y servicios de HBO estén disponibles en Tailandia. Estamos muy contentos de que, con AIS, el contenido de HBO estará disponible no solo en televisión, sino que por primera vez en Tailandia, suscriptores lo podrán ver donde quieran y cuando quieran en múltiples dispositivos,"* dijo Jonathan Spink, CEO de HBO Asia.

Los suscriptores tailandeses podrán seguir disfrutando las películas más recientes y taquilleras en HBO. Algunos de los títulos que se estrenarán por primera vez en televisión en Asia son: The Secret Life Of Pets, Batman V Superman: Dawn Of Justice y Ghostbusters. Además, las galardonadas series originales de HBO se estrenarán en Asia de manera simultánea que en Estados Unidos; entre ellas The Leftovers, Silicon Valley, y Veep.

## Nueva temporada de Solos, por History

*El experimento de supervivencia más audaz se traslada a Sudamérica, Diez concursantes llegan a la Patagonia Argentina*

La audaz serie sin guion de supervivencia Solos llega con una nueva edición a History a partir de este mes de abril. Esta vez, un grupo de diez concursantes solos en la selva compiten por una sola misión: permanecer con vida el mayor tiempo posible. En una nueva experiencia, la serie se

lleva a cabo en Sudamérica, y la extensa región de la Patagonia argentina será el punto de partida para comenzar esta nueva travesía.

Sin equipos de cámaras, sin trucos, sin ningún tipo de ayuda, este grupo de participantes intentará sobrevivir para consagrarse con el premio de 500.000 dólares en efectivo. Equipados solo de manera limitada, cargando apenas lo que entra en una mochila y con cámaras propias para auto documentar sus viajes, estos valientes hombres y mujeres están completamente separados unos de otros en terrenos duros e implacables.

Para sobrevivir, deberán encontrar

agua y comida, construir refugios y defenderse de los depredadores. Durante su experiencia, se enfrentarán al aislamiento extremo, a la angustia psicológica y a las traicioneras condiciones ambientales a medida que se sumergen en lo desconocido.

Solos es producida por Letfield Pictures. David George, Brent Montgomery, Shawn Witt, Zachary Green y Gretchen Palek son productores ejecutivos de Letfield Pictures. Russ McCarroll y Zachary Behr son productores ejecutivos para History.



# Avanzando en la región andina

*La empresa con sede en Lima refuerza su posición en los países andinos con nuevos servicios para sus clientes.*



Katya Sagastizabal



Patricia Uribe

Con una trayectoria consolidada en la representación de señales internacionales, MIC sigue sumando nuevos actores a su exclusiva cartera. *“Brindamos un servicio 360°, que destaca por presentar soluciones inmediatas a nuestros partners, así como el compromiso logrado año a año con las metas de distribución. Esto nos ha permitido renovar nuestras relaciones comerciales, así como ser referentes para el ingreso de nuevas señales al mercado”,* señaló Katya Sagastizabal, CEO de la compañía.

Para este 2017, MIC suma a su oferta de señales Cine Latino, el canal líder de películas en español del Grupo Hemisphere, con una representación que abarca Perú como país exclusivo; Clan, canal infantil de RTVE, con contenidos seleccionados con especial énfasis en la programación pre escolar, entre animaciones, live action y comedias; así como, Zee Mundo, del Grupo Zee, canal de películas de Bollywood dobladas al español compuesto por más de 3800 películas. En este caso, la representación abarca a los países de la región andina.

Además de brindar uno de los servicios más completos en representación de canales, MIC es pionera en la incorporación de estrategias digitales que facilitan la promoción y

difusión de las señales. Es así como, a través de MICTV, plataforma online ([www.mictv.com.pe](http://www.mictv.com.pe)) dirigida a cableoperadores y abonados finales, se presenta lo mejor de la programación de la TV por Cable; y a través de MICTV Plus se destaca el contenido de valor de las señales con publicreportajes online y con un enfoque dinámico.

Esta propuesta va de la mano con la estrategia en redes sociales que funciona como un apoyo comunicacional a MICTV y que pondrá al alcance del público los programas de una manera dinámica, con curiosidades y anécdotas de sus personalidades favoritas. *“Buscamos que el público interactúe con los canales que representamos, de este modo se genera un engagement que les permitirá colocarse en el top of mind de cada uno de ellos”,* explicó Patricia Uribe, Affiliate Sales Manager y Marketing de MIC.

MIC apuesta por estar siempre un paso adelante, de la mano con los nuevos cambios e innovando permanentemente, para poder de esta manera cumplir con las exigencias que manejan los mercados de la región andina: *“Nuestro norte es brindar un producto integrado, con una cadena de valor enfocada en el cliente”*

## Lanzamiento de Masterchef en Uruguay



El pasado lunes 3 de abril se estrenó por la pantalla de Canal 10 la largamente esperada versión uruguaya de Masterchef, con una audiencia inusual en la televisión de estos días. El primer programa marcó 27,6 Rating Hogares y 38,3% Share Hogares, superando largamente a su rival más cercano, que consiguió 12,3 Rating Hogares y 17% Share Hogares. De hecho superó a los demás canales de aire sumados y se constituyó en trending topic regional.

Más de 650 metros cuadrados construidos especialmente para la ocasión, 80 personas trabajando intensamente en la producción y el reto de una gran diversidad de locaciones, resultaron en un

producto final de altísima factura.

El concurso de cocina de Endemol Shine, que ha recorrido decenas de países, representaba un desafío muy grande para la televisión uruguaya por sus características de reality y por la cantidad de recursos humanos y técnicos que involucra. El compromiso de todo el equipo de Canal 10 y el asesoramiento de expertos internacionales de Endemol Shine Group y Kuarzo Endemol Argentina derivaron en un programa no solo exitoso en términos de rating, sino que también posiciona al canal como una opción muy apetecible donde realizar una producción de calidad internacional.

# Food Network se consolida en América Latina



*La señal apuesta a seguir expandiéndose en la región y presenta una nutrida grilla de estrenos para todo 2017.*

El feed en español de Food Network, la señal de lifestyle producida y distribuida por Scripps Network Interactive, viene consolidándose en América Latina desde que fuese lanzada un par de años atrás. En diálogo con la Revista ATVC, Eduardo Hauser, Managing Director de la compañía, dijo: *"El 2016 fue un año muy exitoso y de crecimiento sostenido. Para nosotros, América Latina es un mercado estratégico y estamos muy satisfechos con el aumento de nuestra presencia en países como Brasil, México, Argentina y la región Andina. Nuestro objetivo es seguir invirtiendo y seguir creciendo, tanto a nivel vertical como horizontal en la región. Esto significa cubrir cada vez más territorios y lograr mayor penetración en los existentes."*

La estrategia del canal apunta a encontrar el equilibrio entre el contenido producido de manera internacional por Scripps Network, que tiene una muy buena aceptación a nivel mundial, y la producción original a nivel local, la cual refleja la cultura de cada país en materia culinaria.

En ese sentido, en el transcurso del

2017 Food Network Latin America estrena doce producciones internacionales y tres producciones locales: Locos por el Asado, Los Ángeles de la Cocina y Destino con Sabor. *"A través de esas producciones se busca reflejar el estilo de vida de países muy diferentes y muy ricos en experiencias humanas, gastronomía y cultura, por lo que estamos seguros que las tres opciones iniciales que desarrollamos de forma orgánica en la región serán un gran primer paso en nuestra estrategia de crecimiento"*, destacó Hauser.

El ejecutivo se refirió también al impacto de la señal a nivel mundial, dado el enfoque que le da Scripps Networks: *"Food Network fue pionera en la adaptación de contenidos a la realidad digital. Desde los formatos de producción hasta el estilo de interacción con audiencias de diferentes segmentos, nuestra señal ha sido muy exitosa. Nuestro enfoque como marca de estilo de vida ha tenido un impacto importante en consumidores alrededor del mundo, ya que se traduce con facilidad a plataformas digitales y promueve la interacción con el público."*



Eduardo Hauser



## El estreno mundial de Supermax



Creada por el cineasta argentino Daniel Burman, Supermax ha sido llevada adelante en una coproducción internacional con la brasileña Globo, la Televisión Pública Argentina, Mediaset España, TV Azteca de México y Teledoce de Uruguay. Supermax se desarrolla en una prisión de máxima seguridad ubicada en medio del desierto y cerrada durante años

*La producción desarrollada por la compañía argentina Oficina Burman, recientemente incorporada al Grupo Mediapro, vio la luz en su lanzamiento por la TV Pública Argentina*

después de un motín. Transformada en un imponente set para un reality show, ocho participantes compiten por un premio de 2 millones de dólares. Desde el exterior, el público sigue minuto a minuto los desafíos físicos y psicológicos que los integrantes deben enfrentar.

Daniel Burman, junto a Hernán Goldfrid y Bruno Hernández, dirigen en esta ficción a un imponente elenco internacional integrado por los argentinos Cecilia Roth, Antonio Bira-bent, Guillermo Pfening, Juan Pablo Geretto, Laura Novoa, Alexia Moyano

y Nicolás Gold, el cubano Rubén Cortada, el uruguayo César Troncoso, el mexicano Alejandro Camacho, los brasileños Laura Neiva y Felipe Hintze. La ambiciosa producción cuenta también con la participación del español Santiago Segura.

Escrita por Mario Segade y Daniel Burman con la colaboración de Virginia Martínez, Supermax se ha estrenado después de un año de iniciar su rodaje, entre las imponentes Salinas Grandes en el norte argentino y los estudios de Globo en Brasil.

# ZEE Mundo se expande en la región

*Los nuevos acuerdos de distribución y las novedades de programación conforman un primer semestre bien movido para el canal del Bollywood.*

ZEE Mundo inició su carrera en Latinoamérica y nada lo detiene. Consultado por Revista ATVC, su Gerente General, Javier López Casella, contó que acaban de cerrar acuerdos de distribución con importantes operadores de México y Ecuador, donde ya están presentes en la grilla a partir de abril, y con Cable Perú, que tendrá la señal desde el 1° de mayo. *“En breve estaremos lanzando en otros países de la región. También estamos trabajando en lo que es OTT/VOD. El 100% de nuestro contenido se puede exhibir en estas plataformas,”* destacó el ejecutivo.

Según explicó, el canal *“está desarrollando una App, llamada ZM App, que tendrá ZEE Mundo, el canal lineal, y además su contenido para catch-up. El cliente que posee una plataforma de VOD, OTT, TV Everywhere y cualquier otra plataforma digital de video, podrá incorporar esta App en la misma y ofrecer ZEE Mundo y su contenido a sus abonados.”*

En cuanto a las repercusiones entre el público en esta primera etapa, López Casella afirmó que *“la gente que ha podido disfrutar de nuestro canal está más que feliz con el contenido. Con el balance entre acción, romance, drama, suspenso, y comedia hay TV para todos en la familia.”* En ese



Javier López Casella

sentido, reveló que el alcance en Facebook creció un 151% en un mes y la interactividad un 131%.

En cuanto a las expectativas con que llega ZEE Mundo a esta nueva edición de la Cumbre APTC en Lima, señaló: *“Sabemos que hay una saturación en el mercado de señales y no hay espacio para nuevos canales. Por otro lado los clientes y abonados están cansados de tanta repetición. Los programadores ofrecen el mismo contenido, solo que empaquetado en distintos canales. Las películas son las mismas que se estrenan en los canales Premium y luego se repiten en los demás.”*

Por esa razón, destacó: *“Nosotros traemos contenidos, nunca antes vistos, que no se verán en otro canal y a un precio muy competitivo. Por eso sé que tenemos muchas oportunidades. Con nuestro contenido, la facilidad que el abonado nos pueda ver en TV-Paga tradicional y con nuestra App, demostramos que estamos adaptados a los nuevos tiempos de cómo ver TV. Hoy el ‘A donde ver’ lo dicta el abonado, así como el ‘qué ver’ y cuándo hacerlo.”*

También detalló cómo está estructurada la programación del canal: *“Tenemos una librería para este año de 250 películas inéditas, además de dos series de 100 capítulos cada*

*una. La grilla esta armada de tal manera que en las tres o cuatro horas que el televidente mira TV, nunca vea un programa repetido. Siempre en el Prime Time, ya sea una película o un capítulo de una serie, el televidente disfrutará de contenido nuevo. Las repeticiones se hacen durante el día pero, tal como mencioné, nunca se repite en un mismo horario.”*

El entrevistado adelantó las principales novedades de programación para los próximos meses: *“En mayo le dedicaremos la pantalla a la talentosa Priyanka Chopra, una de las estrellas más conocidas de Bollywood y ahora de Hollywood. Esta atracción va mano a mano con el nuevo bloque Experiencia Total en su estreno de los días sábado. Este ciclo le da al espectador la oportunidad de ver el detrás de cámara de la película, no solo anécdotas y curiosidades que se dieron durante su producción, sino también material adicional que no se incluyó.”*

Luego, en junio, la señal estrenará dos series: Begusarai y Jodha Akbar. Begusarai es la historia de la familia Thakur que se apodera de su pueblo por décadas, tratándolo como su propio reinado. Pero cuando al llegar la familia Lakhan a vivir, Poonam -la hija- se vuelve la manzana de la discordia entre los hermanos Thakur y todo cambia. Jodha Akbar, en tanto, es un drama épico del siglo 16 acerca del matrimonio por conveniencia política entre el emperador Mogol Akbar, un ser prepotente y frío, con la princesa Hindu Jodha Bai, persona de sentimientos nobles.





*Sábados*

*15:00 MÉX | 16:00 COL | 18:00 BsAs*



[foodnetworklatam.com](http://foodnetworklatam.com)

©2017 Scripps Networks, Inc. All Rights Reserved.





# Fox y Turner, listas para transmitir el fútbol argentino

*Después de un proceso que llevó meses, ambas compañías compartirán la responsabilidad de llegar al público con el más popular de los deportes.*



Carlos Martínez

Las transmisiones de fútbol son un tema de Estado en Argentina, tanto por la popularidad de ese deporte como por el volumen de negocio que representan, precisamente por esa masividad. No extrañaron entonces la complejidad y las demoras en el proceso de adjudicación de estos derechos. Pero finalmente se cumplieron todas las instancias y se llegó a la elección de Fox y Turner.

## Recuperar la mística

Fox anunció que para las transmisiones lanzará su producto Fox Sports Premium. "Estamos muy orgullosos de poder ofrecer una propuesta que aportará mayor valor y visibilidad al fútbol nacional. Fox Sports Premium busca recuperar la mística del fútbol argentino, para que todos los fanáticos puedan volver a disfrutar de la pasión de cada partido con los mejores niveles de producción de la región, tecnología de punta, los mejores relatos y especialistas a la altura de las más importantes ligas de fútbol del mundo", expresó Hernán Donnari, COO Fox Sports Latam.

En tanto, Carlos Martínez, Presidente de Fox Networks Group Latin America, señaló: "La adquisición de los derechos de la Primera División del fútbol

argentino y el lanzamiento de FOX Sports Premium Argentina reafirman el compromiso y la confianza de FOX Networks Group Latin America en Argentina y la región latinoamericana. Estamos convencidos de que nuestros altísimos niveles de producción, el liderazgo en audiencia y la distribución de nuestros canales devolverán al fútbol local el lugar que se merece, contribuyendo al desarrollo del campeonato y de los clubes en el país. Estamos muy agradecidos a la AFA por la confianza puesta en nuestra empresa para llevar su contenido a los suscriptores argentinos."



With Richardson

## Una experiencia totalmente nueva

Por su parte, With Richardson, Presidente de Turner Latin America, también se mostró satisfecho por esta definición: "Estamos muy contentos de haber logrado un paquete tan completo de derechos que representan lo mejor del fútbol argentino y prometemos brindar a nuestra audiencia en todo el país una experiencia totalmente nueva en materia de fútbol. Nosotros ponemos a los fans en el centro de todo lo que hacemos, y sabemos que existen pocos lugares donde es posible encontrar fanáticos más leales y comprometidos que en el fútbol argentino."

"Esta es la más reciente adquisición en una larga serie de importantes inversiones que Turner ha realizado en Argentina, el mayor centro de negocios internacional de la compañía fuera de Estados Unidos. Turner ya tiene la cartera de televisión paga de mayor rating en Argentina, y esta adquisición potencia de manera exponencial la solidez de su nuestra oferta", afirmaron desde la compañía.

Víctor Roldán, vicepresidente de Asuntos Legales y consejero General Asociado de Turner en Latinoamérica, anticipó que habrá "un mix de ofertas" para acceder al servicio, que contemplará una "parte premium y otra básica" con la pretensión de "lle-

gar por todas las plataformas que se pueda".

"Va a haber muchas propuestas, queremos llegar a la mayor cantidad de fanáticos posibles con todas las plataformas que se pueda. Todo está en proceso de armado, con la pretensión de ser lo más abarcativos posible para llevar una televisión nunca vista en Argentina", explicó Roldán.

## Los números

Los términos económicos en que la Asamblea Extraordinaria de la AFA aprobó la cesión de los derechos de transmisión de partidos a las empresas Fox y Turner implican un pago de \$ 17.526 millones por cinco años.

Según el contrato, el acuerdo es renovable por otros cinco. Hay un monto de \$ 1.526 millones que las compañías pagan ya en abril en concepto de llave que los clubes solicitaron, ya que necesitan el dinero para empezar a afrontar deudas que arrastran desde hace tiempo y que complican su funcionamiento.

De esta manera, el resto del monto (\$ 16.000 millones), se dividirán en \$ 3.200 millones por año para los clubes desde el comienzo en el torneo 2017/18, que se disputará desde el mes de agosto de este año.



**Rai Italia**

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



**LA BELLA E LA BESTIA**



**DAMA VELATA**

**DISFRUTE DE LAS MEJORES SERIES ITALIANAS**

**CONDISTA**  
INTERNATIONAL  
WWW.CONDISTA.COM

**CONTACTOS:**

SUDAMÉRICA - SABRINA CAPURRO - CORREO: SABRINA@CONDISTA.COM  
AMÉRICA LATINA - WILLIE J HERNÁNDEZ - CORREO: WILLIE@CONDISTA.COM  
BRASIL - MÁRCIA BONINI - CORREO: MARCIA@CONDISTA.COM  
VENEZUELA - ZULAY ANZOLA - CORREO: ZULAY@CONDISTA.COM

# El INCAA lanzó la marca Cine.Ar y presentó su Anuario 2016

*El objetivo del organismo es potenciar todas sus pantallas. La nueva marca unificada está vigente desde principios de este mes.*



El Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) lanzó Cine.Ar, la nueva marca que unifica todas sus pantallas, la cual se encuentra operativa a partir del 3 de abril y refuerza la relación del organismo que rige el fomento al cine nacional con las audiencias.

La nueva marca de las pantallas del INCAA llega a través de las marcas Cine.Ar (antes INCAA TV), el canal de televisión que transmite las 24 horas y sin cortes comerciales películas, cortometrajes, documentales y las últimas novedades de la producción nacional; Cine.Ar Play (antes Odeón), la plataforma VOD desarrollada en conjunto con ARSAT que ofrece un servicio gratuito de video a demanda cuyos contenidos son películas, series y cortos nacionales; Cine.Ar Estrenos, plataforma VOD con Pay Per View, a través de la cual

los usuarios pueden acceder a películas argentinas en cartelera abonando el mismo precio que una entrada en Cine.Ar Sala y sus salas del resto del país; y Cine.Ar Sala (antes Espacio INCAA), la red de salas en todo el país, que fomenta la exhibición de cine, forma espectadores críticos y recupera el cine como un espacio social de intercambio cultural, donde convergen diferentes actores de una cadena en lo cual el eslabón final es el espectador.

## Anuario 2016

Por otra parte, el martes 4 de abril se realizó la presentación del Anuario de la Industria Cinematográfica y Audiovisual Argentina 2016. La cita fue en Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires- MALBA- y contó con la presencia del secretario de Cultura y Creatividad del Ministerio de Cultura de la Nación, Enrique Avogadro, el Vicepresidente del INCAA, Ralph Haiek, el Presidente de la Academia de las Artes y Ciencias Cinematográficas de la Argentina, Axel Kuschevatzky, y la Gerente de Fiscalización del INCAA, Verónica Sánchez Gelós, además de numerosos representantes de la industria audiovisual, tanto del delante como del detrás de cámara.

La confección del Anuario estuvo a

cargo de la Gerencia de Fiscalización del Instituto y contiene un análisis preciso de los datos estadísticos arrojados por los diferentes actores de la Industria Cinematográfica y Audiovisual e infografías que ilustran el crecimiento de nuestro cine en un período de tiempo comprendido entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2016.

Por otra parte, también incluye entrevistas a realizadores, productores, distribuidores y exhibidores que participaron en las producciones de 2016. Cabe destacar que en 2016 se estrenaron 199 largometrajes de producción o coproducción nacional sobre un total de 445 estrenos, y que 7.326.840 espectadores eligieron ver producciones nacionales, lo que representa el 14,4% del total.

Durante la ceremonia se distinguieron a las películas "Me casé con un boludo", de Juan Taratuto, protagonizada por Adrián Suar y Valeria Bertuccelli, el film argentino más visto de 2016, con 2.026.469 espectadores, y "Showroom", protagonizada por Diego Peretti, dirigida por Fernando Molnar y producida por Daniel Werner, que fue la más requerida de la plataforma nacional de video on Demand Odeón (ahora Cine.Ar Play).

## Galardón para Sun Channel



Con una ceremonia que tuvo como sede a la ciudad de Bogotá, Colombia, se llevó a cabo la 5ta edición de los premios #LatamDigital, donde se le otorgó

el Oro en la categoría Turismo Digital por la Mejor Creatividad Digital de Turismo a la campaña "Touristainment, Turismo + Entretenimiento" del ecosistema digital de Sun Channel.

*"Nuestra estrategia se basó en la adaptación del concepto de Touristainment al ecosistema digital, incorporando contenidos con géneros como gastronomía, actualidad, cine, humor, música, tecnología, moda y mucho más, abriendo nuevas ventanas de interacción con nuestra audiencias permitiéndonos posicionar nuestro nuevo*

*concepto Touristainment",* apuntaron desde la compañía.

Cada año, la Escuela Latinoamericana de Negocios en Internet (Interlat) premia lo mejor de la industria digital a través de un jurado de notables profesionales, creativos y especialistas que eligen a las más destacadas iniciativas, proyectos y campañas del mundo digital en temas de emprendimiento digital, comercio electrónico, marketing digital, social media y turismo digital realizadas en Iberoamérica.

# Reportv

<METADATA QUE ENRIQUECE/>

# Quien no evoluciona, se extingue

Por Juan Ramón García Bish\*

El ecosistema de las telecomunicaciones está cambiando a pasos agigantados. Los cambios son cada vez más profundos y los ciclos de vida más cortos. Es por eso que la obsolescencia tecnológica llega a nuestros equipos mucho antes que los ciclos de amortización contemplados en nuestros balances.

Los operadores de telecomunicaciones están obligados a evolucionar para poder adaptarse y seguir todos estos cambios de tendencia que estamos viviendo.

Dentro de este proceso el rol de los CTO (Chief Technology Officer) resulta una pieza clave dentro del rompecabezas, ya que ellos son una especie de gurú capaz de vislumbrar el futuro.

Quien toma una decisión tecnológica pensando en los requerimientos actuales fracasa. Para acertar, debe de tener la capacidad de proyectarse al futuro y predecir nuevas tecnologías y tendencias.

Una verdad irrefutable es que aquel que no evoluciona está condenado a la extinción. Y esto no es una cuestión de tamaño, porque los pequeños resultan en general más ágiles y flexibles.

Hagamos una rápida revisión de los cambios tecnológicos que vivimos en lo que va de este siglo:

- 1.- Evolución de la telefonía analógica a la telefonía IP
- 2.- Evolución de la TV analógica a la IPTV
- 3.- Servicios en la nube - Virtualización
- 4.- Evolución de la red de acceso
- 5.- Requerimientos de movilidad

La década del 2000 estuvo dominada por lo que dimos en llamar triple play. La masificación del servicio de internet hizo posible la incorporación del servicio telefónico basado en el protocolo IP. Los operadores de cable comenzaron a ofrecer TV+Internet+Telefonía, marcando así el inicio de una larga agonía para la telefonía analógica tradicional, tanto que hoy ya no existe inversión en tendido de cable multipar de cobre.

Sin embargo, hasta aquí fue solo un cambio de forma o de medio porque seguíamos hablando de "telefonía fija". Hoy estamos intentando movernos un paso adelante para llegar a una telefo-



Juan Ramón García Bish

nía IP portable que pueda utilizarse en cualquier lugar.

Se trata de un "soft-phone" o aplicaciones de software que pueden instalarse sobre un teléfono inteligente o tablet y que permiten hacer llamadas utilizando conectividad a internet, ya sea a través de 4G o por WiFi.

En esa misma década la digitalización de la TV también llegó al cable, primero para ofrecer servicios Premium y luego creciendo para ofrecer un espejo digital de toda la oferta televisiva. La digitalización en el cable se complementó con la digitalización en el aire y hoy vemos como casi todos los países de la región ya tienen programado su apagón analógico, lo cual también responde a una necesidad de liberar espectro para otras aplicaciones.

La digitalización de la TV permitió encapsular esta información en IP y es así como nace la IPTV/OTT. Los servicios "Over The Top" están revolucionando la manera de consumir contenido multimedia con un impacto notable en los hábitos de ver TV. Esto representa un "empoderamiento" del cliente, quien ahora decide qué ver, cuándo verlo y en qué dispositivo hacerlo.

Actualmente estamos pasando por una etapa de transición, ya que hacer streaming de canales lineales no tiene realmente sentido, puesto que el contenido de los mismos es "atemporal". Solo tiene sentido una transmisión lineal cuando se trata de un evento en vivo o una competencia deportiva. Una vez que terminó un partido de fútbol y todos conocen el resultado, ya se perdió la vigencia temporal y se convierte en

un programa de biblioteca.

El siguiente cambio importante lo tenemos en la diversidad de servicios en la nube, tanto para hogares como para empresas. La gente ya no guarda sus archivos en la computadora, sino que está comenzando a guardar backups, fotos y documentos en la nube, con la ventaja de poder acceder a los mismos desde cualquier lugar donde tenga conectividad.

Las empresas, sobre todo las pymes, tampoco invierten en servidores para ubicarlos en un data-center, sea propio o de terceros. Resulta mucho más atractivo contratar a un operador un "servidor virtual". Con esto se evita la obsolescencia tecnológica, ya que ellos no compran los equipos, no requieren mantenimiento de servidores, cuentan con soporte 7x24 y además acceden a su información y aplicaciones desde cualquier lugar con conectividad.

Todo esto en forma conjunta está cambiando el rol del proveedor de servicios de telecomunicaciones, quien poco a poco va perdiendo el control del contenido que transporta y deja de ser un "empaquetador de contenidos" para convertirse en un proveedor de servicios de conectividad de alta capacidad y alta confiabilidad. Todavía necesita ofrecer los diferentes ingredientes del triple play pero el centro de gravedad está en la conectividad. Es más, las nuevas generaciones solo requieren una conectividad de alta velocidad.

Se genera así una demanda insaciable que busca mayor velocidad y capacidad. Estos valores históricamente se venían duplicando cada dos años, pero que ahora tienden a alcanzar el mismo crecimiento en tan solo un año.

Este requerimiento de tráfico impacta en nuestras redes de distribución, tanto de larga distancia como redes de acceso o de última milla. En redes de larga distancia se evolucionó hacia técnicas DWDM para así poder multiplicar la capacidad de transmisión de un par de fibras ópticas. La capacidad actual está en 100 Gbps por cada longitud de onda y en un par de fibras podemos operar con 40 longitudes de onda diferentes, o sea que estamos hablando de un total de 4 Tbps. Ya tenemos disponibles sis-

temas de 200 Gbps y de 400 Gbps por lambda, mientras que está en etapa de estudio una nueva tecnología que permitirá 1000 Gbps.

En cuanto a redes de acceso vemos una continua evolución hacia técnicas de transmisión más eficientes que permitan una mejor utilización del espectro. En los sistemas de cable evolucionamos de Docsis 1.x a Docsis 2.0 y luego a Docsis 3.0 & 3.1, mientras que en los sistemas celulares pasamos del 1G al 2G, luego al 3G y actualmente operamos el 4G, en tanto se termina de desarrollar el 5G.

Un factor común que afecta tanto a operadores de cable como a los de celulares es la necesidad de espectro. La diferencia está en que en el caso de los celulares el espectro se licita y debe pagarse por el mismo, mientras que el operador de cable es el dueño del espectro y es él quien controla el uso del mismo, redistribuyendo capacidad entre diferentes servicios. Como consecuencia de ello, para disponer de

mayor capacidad para el servicio de internet estamos obligados a resignar capacidad asignada a la transmisión de señales de TV analógica. Lejos quedó la época donde se ofrecían 100 canales de TV analógica, ya que hoy sería un desperdicio asignar 600 MHz del espectro a la transmisión de TV.

Todavía falta agregar la cuarta pieza a este rompecabezas, que es la movilidad. En esta última década los clientes comenzaron a requerir conectividad móvil pero el operador de cable tradicional solo está en condiciones de ofrecer un servicio de movilidad limitada. Fue así como la conectividad WiFi en los hogares se convirtió en algo mandatorio y muchos operadores avanzaron un paso más para ofrecer zonas WiFi en aeropuertos, centros comerciales y cafeterías, pero no pueden extender esa cobertura a cualquier punto de su cobertura, y menos aún a todas las regiones del país.

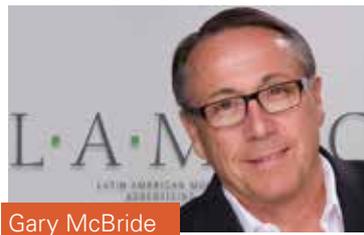
Estamos viviendo el inicio de cuádruple play: TV+Internet+Telefonía+Movilidad,

pero lamentablemente en el caso de un operador de cable deberá asociarse con un operador de telefonía celular para convertirse en un Operador Móvil Virtual. Pretender ofrecer este servicio sin depender de terceros no solo requiere licencia como operador y una gran inversión de infraestructura, sino que además debería disponer de espectro en el aire y, tal como dijimos antes, este es un bien muy codiciado e inexistente. Como se puede apreciar, estamos frente a un escenario muy complejo que requiere de los operadores una gran creatividad y una capacidad de evolucionar. Veo que hay algunos que se resisten a este cambio y se niegan a evolucionar. Lamentablemente, están perdiendo un tiempo valioso para adecuar sus redes y servicios. Quien se aferre al modelo del pasado basado exclusivamente en un servicio de TV está condenado a la extinción.

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

## Gary McBride deja su cargo al frente de LAMAC

*Ocupaba el cargo de Presidente y CEO desde 2002, el año de creación de la entidad.*



Gary McBride

La junta directiva de LAMAC (Latin American Multichannel Advertising Council) anunció que a partir del 30 de abril de 2017 Gary McBride dejará su puesto como Presidente y CEO del consejo. El ejecutivo regresará a la industria privada como empresario.

Gary McBride, un pionero de la industria televisiva con una larga trayectoria en temas de publicidad y TV Paga, fue miembro del grupo fundador de LAMAC en el año 2002, aceptando el cargo de Presidente del consejo en esos momentos.

Durante 15 años al frente de LAMAC realizó un gran aporte creando y transmitiendo el valor y posicionamiento de la publicidad en TV Paga, apoyado por

sus continuos esfuerzos y logros para mejorar las métricas de medición de TV Paga a través de toda Latinoamérica. "LAMAC agradece profundamente la labor y aporte del Sr. McBride y le deseamos continuo éxito en sus futuros proyectos", expresaron desde el Consejo.

Enrique Cusco, CEO de OLE Communications comentó: "Conozco a Gary desde los inicios de la industria en Latinoamérica y durante sus 15 años dentro de LAMAC ha sido un baluarte promoviendo el valor estratégico de la publicidad en Televisión Paga y

de nuestra industria en general. Estoy muy agradecido por su labor en LAMAC y tiene mis mejores deseos para el éxito de sus nuevos proyectos, que no dudo que nos ofrezcan nuevas oportunidades para colaborar."

De igual forma, Enrique Martínez, Presidente y Director General de Discovery Communications Latin America/US Hispanic y Canada, dijo: "Gary se ha caracterizado por ser un excelente líder para nuestra industria; un visionario que siempre ha luchado por el bien de la TV Paga."

Por su parte, McBride señaló: "Me emociona el futuro y las oportunidades que se deriven de este cambio en mi vida profesional. Vivimos un momento lleno de transformación para la industria de la publicidad y los medios de comunicación; adaptarse a esos cambios es esencial. Yo nunca estaré lejos de la Televisión ni de la industria de la publicidad de América Latina, a las cuales he dedicado 40 años de mi carrera."

# “El desafío es llegar a cada usuario”

Desde ReporTV sostienen que la manera de mantener el liderazgo es dar respuesta a los nuevos requerimientos de los abonados.

Reportv»



Mauro Grossi

Recopilar, administrar y distribuir los contenidos de la programación televisiva son las tareas que identifican a Reportv desde hace más de 20 años, cuando la compañía nació con una señal propia capaz de ofrecer una guía de programación en vivo y actualizada. Actualmente continúa trabajando para brindar el servicio por el cual sus clientes en lí-

der en Latinoamérica. “Hoy estamos enfocados a perfeccionar y adaptar a las nuevas necesidades de nuestros clientes los productos que ya venimos manejando como el Reportv Play, el Reportv Mobile y el Reportv Finder. Día a día surgen nuevas tecnologías y con ellas nuevas oportunidades para los operadores de cable de llegar a sus afiliados y somos nosotros los que tenemos que dar esa respuesta”, señaló su responsable de Comunicación, Mauro Grossi.

En diálogo con Revista ATVC, aseguró que “el gran desafío es llegar al dispositivo que cada usuario tenga su alcance en el momento indicado. No sirve brindar la mejor información si cuando el televidente la necesita no puede acceder. Por esto es que desarrollamos este abanico de productos, para alcanzar y satisfacer en el momento correcto la necesidad de cada una de las personas que intentan co-

nocer la programación de las señales televisivas”.

Reportv está fuertemente posicionada en Latinoamérica. Según Grossi, esto ocurre “gracias a nuestra manera de trabajar codo a codo con cada cliente. Tenemos la estructura suficiente para alimentar satisfactoriamente las últimas plataformas lanzadas al mercado, como por ejemplo el Flow de Cablevisión Argentina, y proveer metadatos que realmente enriquece a clientes como Megacable México y UneTigo Colombia”.

Por último, habló de los dos últimos desarrollos de la compañía: Report Mobile y Report Play, este último especialmente orientado a operadores que ofrecen servicios de TV Everywhere. “Mantenemos el compromiso de trabajar, actualizar y personalizar ambas plataformas para que nuestros clientes nos sigan prefiriendo a la hora de explotar las nuevas tecnologías”, concluyó Grossi.

## Acuerdo de Qvix en Colombia



Mariano Surghy

Qvix Media Solutions y Sato Tecnología firmaron recientemente un acuerdo de prestación de servicios para el lanzamiento de SiriusTV, un servicio llave en mano de Television sobre IP para el mercado de ISPs y cableope-

radores de Colombia que permite llevar contenidos al usuario final en los formatos y plataformas audiovisuales que las nuevas tecnologías ofrecen.

Ambas compañías, representadas por Luis Salcedo (Gerente financiero de SATO), Pedro Torres (Gerente Comercial de SATO), Mariano Surghy (CEO de Qvix) y Gustavo Villegas (CTO de Qvix), realizaron la presentación comercial y técnica de Sirius TV, montada sobre Nebula Video Platform de Qvix. A la misma concurren representantes de múltiples cableoperadores de la región.

SiriusTV es la unión de contenidos locales y plataforma de streaming en línea para el mercado en Colombia. La presentación fue recibida con gran

entusiasmo por los concurrentes analizando las oportunidades que este tipo de servicios ofrecen a los prestadores.

Mariano Surghy, CEO de Qvix, comentó: “Para Qvix es un gran paso de penetración en el mercado colombiano la posibilidad de unir fuerzas con SATO. De esta manera, podemos ofrecer nuestros servicios e innovación tecnológica con presencia comercial y de soporte en forma local y a través de gente que conoce y es altamente reconocida en el mercado de la región. Estamos muy entusiasmados con esta unión de fuerzas y confiamos en que SATO es el socio que necesitamos en la región para expandir nuestros servicios”.

# ESPN

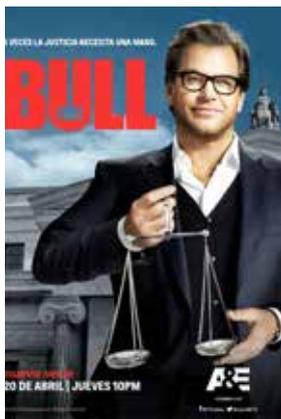
EL PODER DEL VIVO



[ventasafiliadosla@espn.com](mailto:ventasafiliadosla@espn.com)

# "Bull", la nueva apuesta de A&E

*La serie dramática que gira en torno al psicólogo y gran manipulador Dr. Bull es la novedad más importante de la señal este mes.*



Bull es el estreno más destacado de A&E para el mes de abril. La serie es distribuida por CBS Studios International y está inspirada en el Dr. Phil McGraw, un conocido escritor y presentador norteamericano, quien fue el fundador de una de las más destacadas firmas de asesoría y preparación legal de los Estados Unidos. Mc

Graw es además es uno de los productores de la serie junto con Steven Spielberg, entre otros.

El Dr. Jason Bull, encarnado por Michael Weatherly (NCIS), es un maestro en el arte de la manipulación; un notable conocedor de la naturaleza humana, que combina la psicología, la intuición y la tecnología para llegar a lo que subyace en el fondo tanto de jurados, abogados y testigos, así como los propios acusados y su entorno. Su empresa de preparación legal, Trial Analysis Corporation, cuenta con un equipo de expertos que lo ayudan en la tarea de dar forma, hasta el último detalle, a las narrativas de sus clientes sometidos a juicio.

Algunos de ellos son su ingenioso ex cuñado, Benny Colón (Freddy Rodriguez, The Night Shift, Six Feet Under, Ugly Betty); una experta en neurolingüística del Departamento de Seguridad Nacional; (Geneva Carr, Law and Order: Criminal Intent), y un estilista experto en modas a cargo de todo lo relacionado con el aspecto visual y estético de los clientes en el mo-

mento del juicio (Chunk Palmer, Oz, The Good Wife, Moana). Bull enfrenta juicios con todas las probabilidades en contra, pero es capaz de generar las estrategias ganadoras para inclinar la balanza y hacer justicia a favor de sus clientes.

"Bull representa el estreno más importante del año para A&E. La señal viene consolidándose con una propuesta transgresora que no responde a las etiquetas de los géneros. Que está generando una aceptación, muy importante en la audiencia de Argentina y también en el resto de América Latina", señaló Miguel Brailovsky, SVP de Producción y Programación de A+E Networks Latin America.

Para el ejecutivo, "esta línea extremadamente delgada entre lo moralmente correcto y lo incorrecto, que juega con los límites de lo que permite el sistema de justicia, es un atractivo enorme que pone a este Dr. Bull como un personaje que estará a la altura de los grandes personajes legendarios que hemos visto en la última década en la televisión."

## La nueva temporada de Comedy Central Stand Up

*Más de 25 comediantes argentinos participarán en este nuevo especial que se podrá ver a partir del 26 de abril.*



Comedy Central anunció las grabaciones de la tercera temporada de Comedy Central Stand Up Edición Argentina desde los estudios de Telefe en Martínez. El programa se emitirá todos los miércoles a partir del 26 de abril. Para esta edición, el canal realizó una convocatoria extensa en todo el país para reunir a todos los talentos y crear la combinación perfecta. Federico Cyrulnik, Bimbo Godoy, Pablo Fábregas, Fernanda Metilli y Fernando Sanjiao, junto con comediantes emergentes, harán reír a los fans del humor.

Con esta nueva temporada, Comedy Central refuerza su compromiso de expandir el género del stand up tanto en

Argentina como en el resto de la región. Más de 25 comediantes locales se subirán al escenario para presentar sus mejores rutinas sobre situaciones cotidianas y hacer estallar de la risa a los amantes de la comedia.

Esta edición de Comedy Central Stand Up Edición Argentina contará con 18 episodios y abordará temas de la actualidad de una forma humorística, única e irreverente. Otras de las figuras destacadas son Martín Pugliese, Diego Chak, Dalia Gutmann, Juan Barraza, Connie Ballarini y Pablo Molinari. Desde 2010, Comedy Central viene realizando producciones originales de stand up en México, Brasil, Argentina, Colombia, Chile, Venezuela.



La **TECNOLOGÍA**  
sigue **EVOLUCIONANDO,**  
y con *Ella*, **Nosotros**

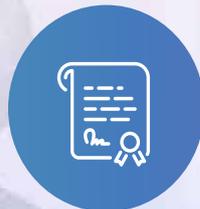
Sé parte de la evolución en las telecomunicaciones  
y participa de nuestra IX Cumbre APTC Lima



Conferencias  
y Capacitaciones



Feria  
Comercial



Certificación Oficial  
por Participación



Activaciones  
y mucho más

# El cine italiano, protagonista en mayo en Eurochannel

*La señal que trae lo mejor del viejo continente presenta un ciclo imperdible con largometrajes de la península. Además, el final de la serie escandinava Viudas negra.*



Eurochannel anunció para el mes de mayo un ciclo de cine italiano a través de Eurocinema, con los más talentosos valores del séptimo arte surgidos en ese país.

Los fanáticos del cine podrán de esta manera disfrutar de lo mejor de la península a través de cuatro películas imperdibles. Drama, comedia y suspenso estarán presentes en una colección que hará las delicias de la

audiencia.

Quienes se apunten en este recorrido podrán reír con una divertida visión de inmigración en Cosas del otro mundo, protagonizada por la leyenda de la comedia italiana, Diego Abatantuono. En Nadie me peina bien como el viento, se sumergirán en el mundo de una escritora cuya vida se cambia drásticamente después encontrarse repentinamente en compañía de una niña de 10 años.

También este mes, un proyecto independiente pretende revivir el noir yuxtaponiendo el negro tradicional a un paisaje blanco como la nieve. En Nieve, seguirán a un hombre en una aventura para asegurar el futuro de su hija y en la que tal vez encuentre el amor. La cereza en el pastel para este Ciclo de Cine Italiano es La gente que está bien, una comedia hilarante sobre un abogado sin valores que trata de engañar a la vida para que todos

sus deseos se hagan realidad.

Por el lado de las series, Euroseries trae el gran final de temporada de la serie escandinava Viudas negras. Las tres mujeres que conspiraron para asesinar ahora luchan constantemente para disfrutar de su ansiada libertad. ¿Permanecerá intacta su amistad? ¿Lograrán evadir a las autoridades? Todas las respuestas en los dos últimos episodios de esta temporada.

Viudas negras es protagonizada algunos de los actores más famosos de Escandinavia, con nombres importantes como Peter Stormare (Fargo, Prison Break, Minority Report), Cecilia Forss, Beate Bille y Synnøve Macody. Con este elenco, y una historia emocionante que lleva la noción del "Nordic Noir" a un nuevo nivel, la serie se convirtió en un éxito de televisión en Suecia, Noruega y Dinamarca siguiendo tras su estreno.

## Regresa Acapulco Shore, el reality de MTV

*En esta nueva temporada grabada por primera vez desde Riviera Maya, ingresan cinco nuevos participantes para vivir las vacaciones de sus vidas.*

Acapulco Shore, el reality más visto y más comentado en las redes sociales, regresa a MTV con su cuarta temporada llena de sorpresas, visitas emocionales inesperadas y cambios radicales. Por primera vez, el show sale de Acapulco para instalarse en la Riviera Maya y los shores saldrán del país para apoderarse durante un fin de semana de Medellín (Colombia).

Diez personas conforman el elenco, cinco de ellos completamente nuevos, elegidos por Karime y Potro en un divertido proceso de casting que los fans pudieron

ver en los programas especiales Acapulco Shore Nueva Generación. Víctor, Alexya, Christian, Gaby y Tony se unen al torbellino fiestero de Mane, Potro, Karime, Jawy y Danik.

En su regreso, Karime y Potro, los reyes de la fiesta, aseguran que habrá más locura que nunca. La pareja de la casa más "likeada" de Instagram, Jawy y Mane, pondrá prueba su amor en estas vacaciones. Mane y Karime deberán aceptar a las dos chicas que se incorporan, Gaby y Alexya, mientras que los tres nuevos integrantes masculinos, conocerán los encantos de Danik.

Acapulco Shore es un verdadero éxito multiplataforma: sus tres temporadas suman una audiencia mayor a 50 millones de jóvenes en América Latina, Brasil, España e Italia. A diario, más de 5 millones de fans generan interacciones en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) y tan sólo los perfiles so-

ciales del elenco superan en total los 9 millones de seguidores en Instagram y Twitter combinados.

Todas las temporadas previas de Acapulco Shore están disponibles en MTV Play, donde se encuentran en el top 5 de contenidos más vistos. MTV Play es el servicio TV Everywhere del canal y le da acceso on-demand a sus usuarios a temporadas y episodios completos de sus shows favoritos de MTV y contenido exclusivo para ver en cualquier momento y lugar. Esta app está disponible en forma gratuita para dispositivos de iOS y Android.



# WKD Cable Enterprises LLC

**Conectores**



**Power Passing Traps**



**Powerful Satellite Receiver**



**U10C019**



**Optical Light Source & Power Meter Set**  
1 Year Factory Warranty



**OTDR**  
1310/1550nm: 32/30dB  
1 Year Warranty

**Active 5-Grange Fiber Optic Splicer**  
1 Year Warranty



**Open Access Low Extension 1 GHz**

**Sumitomo High Gain Dual Amplifier 1 GHz**



**E1/E3 Patch Cords**



**SLM/DAM/DOCSIS 3.0**  
with Standard Accessories  
1 Year Warranty

**Signal Level / BAM Meter / BVM**  
1 Year Factory Warranty



**MB100K**  
Mitsubushi 1 GHz



**Signal Level Meter, 5-1000 MHz**  
with Standard Accessories  
1 Year Warranty



## Equipos Nuevos y Reconstruidas

- Motorola / General Instrument
- Scientific Atlanta / Cisco
- Arris / Ccor / Phillips
- Magnavox
- Equipos Medición y Testeo
- Fibra / Cable Coaxial / Conectores
- Transmisores / Nodos Opticos
- Cable Modems Docsis 2.0 & 3.0



**Routers**



**SMC302-BIZ**



**1.2M, 1.8M, 2.4M & 3M**



**8-Port 10/100**



**SB6120 - SB6180**



Cisco DPC3825, Docsis 3.0 Inalámbrico Wifi - Completos - Fuente & Cat5 Patch cord.  
**1 Año de garantía**  
FOB Miami: **u\$s 18**

Arris DG860A  
Docsis 3.0 Inalámbrico Wifi  
Fuente interno 100-240v 50/60Hz  
**1 Año de garantía**  
FOB Miami: **u\$s 19.50**



Ubee DVW3201B  
eMTA Inalámbrico Wifi Docsis 3.0  
Fuente interno 100-240v 50/60Hz  
Protocolo: SIP / Packet Cable  
**1 Año de garantía**  
FOB Miami: **u\$s 23**



Ubee DDW3611  
Docsis 3.0 Inalámbrico Wifi  
Fuente externo 100-240v 50/60Hz  
**1 Año de garantía**  
FOB Miami: **u\$s 18.00**

## Wolfgang Kurt Domschke

General Manager  
Tel.: +1-850-450-5620  
Email: wkd@wkdcable.com  
wkdcable@skype.com

## Contáctenos:

[www.wkdcable.com](http://www.wkdcable.com)

## Nicoletta Polizzi

Ejecutiva de Ventas Latinoamérica  
Tel.: +54-911-4168-5602  
Email: nicoletta@wkdcable.com  
wkdcableargentina@skype.com

# Discovery anunció un fuerte estreno para este año

*Su título provisional es "Los millones de Escobar", trata sobre la fortuna del jefe narco colombiano y se podrá ver en los próximos meses.*



Pablo Escobar, el más célebre narcotraficante de Colombia, pasó de ser un mero traficante de cocaína a dirigir el Cartel de Medellín, el multimillonario centro neurálgico del mercado del narcotráfico. Escobar dilapidó mucho de su dinero en artículos de lujo y pro-

piedades alrededor del mundo. Pero la realidad derivó en mito y la leyenda urbana llevó a muchos a creer que gran parte de su fortuna todavía está por descubrirse y se encuentra enterrada entre Colombia y América Central. Con un acceso nunca hasta ahora permitido, y con el apoyo del gobierno colombiano, Discovery emprendió la búsqueda de este presunto tesoro oculto en la serie inédita titulada "Los millones de Escobar" (título provisional), que se llegará al público más adelante durante este mismo año.

Doug y Ben son los ex oficiales de la CIA encargados de resolver este misterio que atraparé a los televidentes de Discovery. Juntos utilizarán sus conocimientos de élite -junto con los últimos avances en GPR (o radar de detección subterránea) - para encontrar

los beneficios ilícitos de la llamada guerra de la droga de Escobar. Nunca antes se ha realizado una investigación de este alcance o magnitud, pese a la trascendencia del tema. Si existe una fortuna por descubrir, ellos están empeñados en encontrarla y así resolver este gran misterio que inquieta tanto a los colombianos como a quienes se han interesado por la cuestión en todo el mundo.

La nueva serie está producida para Discovery Channel por Network Entertainment y Blackfin, con Derik Murray y Geno McDermott como productores ejecutivos, junto con Fred Pichel y Doug Laux. Para Discovery Channel, los productores ejecutivos son Matt Vafiadis y la productora asociada Lindsay Malinchak. Discovery también trabajó con la productora colombiana Dynamo para realizar esta serie.

## Disney confirmó una nueva temporada de O11CE

*Lo hizo ante las auspiciosas mediciones de audiencia que se dieron en el estreno en toda Latinoamérica.*



O11CE, la producción original de Disney Channels Latin America, hizo su debut en el mes de marzo en Disney XD Latinoamérica, y en el caso de Brasil también en Disney Channel. Tras un exitoso lanzamiento en la región, la serie se posicionó #1 en México, Colombia y Perú y a su vez registró incrementos de audiencia en todos los países, que en algunos casos alcanzaron el 300% respecto de la semana anterior. En el

marco del éxito de la serie, se anunció el inicio de producción de una nueva temporada, que está a cargo de Pega Group.

*"La increíble recepción de O11CE por parte de la audiencia de Disney XD tanto en el canal como en sus plataformas digitales nos enorgullece y motiva a seguir esforzándonos día a día para crear historias atractivas e innovadoras, y no hace más que reforzar nuestra convicción de que vamos por el camino correcto. La nueva temporada, que ya está en producción, seguirá ofreciendo más contenido relevante y de calidad a través de una narrativa que captará el interés de la audiencia al abordar temáticas como deporte, familia y amistad con un gran componente tecnológico,*

*y continuará mostrando las escenas de fútbol de una forma única y deslumbrante como ya lo está haciendo,"* expresó Cecilia Mendonça, Vicepresidente y General Manager, Disney Channels Latin America, The Walt Disney Company Latin America.

En Argentina la serie se posicionó #3 en su día de estreno entre todos los canales de cable en su franja horaria, tanto entre Niños/as de 4-11 años como entre Niñas de 4-11 años con cable. Además, se posicionó #3 entre todos los canales infantiles, entre varones de 4-11 años. En todos los casos, si se compara con las mediciones del canal del lunes anterior, la serie registró un incremento de audiencia del 182% entre Niños/as de 4-11 años. Durante la primera semana de emisión, O11CE se mantuvo #3 entre Niños/as de 4-11 años, con marcados crecimientos de audiencia respecto de la semana anterior.

# Gestiones de ASOTIC en Colombia



*Representantes de la entidad que agrupa a los cableoperadores de ese país plantearon una serie de temas al ministro TIC.*

El pasado 22 de Marzo de 2017, la Asociación ASOTIC y algunos de sus operadores de Televisión por suscripción tuvieron una reunión con el Ministro TIC, David Luna Sánchez, en la cual se hizo un seguimiento de los compromisos por parte del Ministerio, en pro de mejorar la regulación vigente y las problemáticas actuales.

El ministro reconoció el arduo trabajo por parte de ASOTIC, la constante y destacada participación en el desarrollo de la nueva política pública de televisión y el cambio del sistema actual de compensación. Asimismo, el funcionario presentó el actual proceso de reestructuración del sistema de compensación, consagrado en la Resolución ANTV 045 de 2012, donde informó que espera para el mes de junio de este año expedir la nueva resolución en materia de compensación. Los miembros de ASOTIC expresaron

sus inquietudes en temas que a la fecha no se ha visto ningún cambio, como lo es el costo de la postería, la falta de claridad de los reguladores en temas de derechos de autor y conexos, entidades de gestión colectiva, Must Carry y la problemática con los canales nacionales privados, quienes están entorpeciendo el cumplimiento de los operadores de televisión al artículo 11 de la ley 680 al no permitir la obtención de los equipos decodificadores necesarios para la retransmisión de dichos canales y, en virtud de eso, las multas y persecución por parte de la ANTV a los operadores de televisión.

*“El ministro dio la orden al asesor de la ANTV Ernesto Pineda para que revisara el tema de la entrega de los equipos decodificadores por parte de RCN y Caracol, así como dio instrucción a su asesora María del Pilar Bahámon*



*para estudiar la problemática de la postería y generar una reunión con la CREC y la CRC en tal sentido,”* señalaron desde ASOTIC.

Durante la reunión, la entidad hizo especial énfasis en la necesidad de la presentación del Proyecto de Ley de Televisión y Contenidos Audiovisuales y la inclusión de las conclusiones de las cinco mesas de trabajo lideradas por el Ministerio y la Dra. María del Pilar Bahámon, en la cual la industria ha pedido urgentemente una reingeniería de la regulación actual del sector.

## Arsat Llevará Internet a más de 100 ciudades cordobesas

*El titular de la empresa estatal firmó un convenio con el gobernador de esa provincia para desplegar una red troncal de fibra óptica.*

El titular de la empresa nacional de telecomunicaciones Arsat, Rodrigo de Loredó, firmó un convenio con el gobernador de Córdoba, Juan Schiaretti, para desplegar una red troncal de fibra óptica que brindará internet a 107 localidades del interior provincial.

Dicho acuerdo posibilitará que la red de fibra óptica lleve el servicio de internet a 107 localidades de esa provincia mediterránea.

El convenio compromete al gobierno provincial a ceder en comodato los predios para la instalación de los gabinetes con equipamiento tecno-

lógico para fibra óptica, con el cual se proveerá del servicio gratuito de internet a 109 escuelas, además de prestar el servicio de banda ancha a prestatarias y empresas de telecomunicaciones locales.

*“Es el puntapié inicial para que Córdoba se incorpore al plan de desarrollo de fibra óptica de Arsat, luego de años de discriminación,”* manifestó el gobernador Schiaretti luego de la firma del convenio, y añadió que *“internet es un factor clave para la formación de nuestros niños y jóvenes. La red democratiza el conocimiento. Que esté alcance de los alumnos nos garantiza que, vivan donde vivan, puedan tener la misma formación, tanto en las capitales como en los lugares más remotos del interior.”*

*Por su parte, De Loredó manifestó su agradecimiento al mandatario provincial por la “inteligencia, la predisposición y la rapidez con que*



*inmediatamente pudimos sentarnos a trabajar juntos, y diagnosticar los problemas de conexión a Internet. Y este es un hecho de estricta justicia. Desde Arsat estamos tratando de recuperar un terreno en el que a Córdoba se la había discriminado,”* resaltó. El titular de Arsat también planteó que entre los principales objetivos que tiene la empresa estatal en el marco del Plan Federal de Internet está el de *“conectar 1300 localidades del interior profundo de Argentina en un plazo de dos años”*.

## Los Billboard Music Awards, por TNT y TNT Series

La ceremonia será transmitida el domingo 21 de mayo. Ya se conocen las nominaciones para este año.



La música nuevamente está de fiesta con la ceremonia de premiación de los Billboard Music Awards que TNT y TNT Series traen en exclusiva para toda América Latina. Una jornada espectacular que llegará en vivo desde Las Vegas el próximo domingo 21 de mayo. Además, TNT y TNT Series ofrecerán una repetición de este evento el lunes 22.

Como todos los años, la ceremonia de los Billboard Music Awards estará centrada en tres segmentos: los Artists Awards, los Album Awards, y los

Song Awards. La organización de esta ceremonia dio a conocer la lista de nominados, que tiene a Drake y The Chainsmokers liderando las nominaciones con 22 apariciones. Les siguen Twenty One Pilots con 17, Rihanna con 14, The Weeknd, con 13 y Beyonce con 8. Entre los latinos destacados aparecen J Balvin, Juan Gabriel, Los Plebes del Rancho de Ariel Camacho, Maluma y Nicky Jam, que postulan a mejor artista de la categoría. También destaca la doble aparición de Shakira en mejor canción por sus colaboraciones con Maluma

(“Chantaje”) y Carlos Vives (“La Bicicleta”).

Los Billboard Music Awards son una reconocida premiación realizada por la más prestigiosa y antigua publicación de la industria musical. Todos los años, la revista registra estas mediciones para reunir a los mejores artistas en un mismo lugar. De esta manera se celebra a los mejores artistas de R&B, Rap, Pop, Country, Rock, Latino y música alternativa.

## Fox Sports adquirió los derechos de WGP Kickboxing



El acuerdo comprende las temporadas de 2017 a 2019. El contenido estará disponible tanto por Fox Spots como en Fox Sports App.

Fox Sports Latin America anunció la adquisición de los derechos WGP Kickboxing con los que su propuesta de lucha se consolidará aún más con los mejores encuentros de esta disciplina, que a partir de esta semana ya puede disfrutarse en Fox Sports.

A partir de este acuerdo -que comprende las temporadas 2017-2019- los fanáticos de los países de habla hispana en Latinoamérica podrán acceder de forma

exclusiva a las principales carteleras disputadas en la región, con cobertura disponible tanto en la pantalla de Fox Sports como en la plataforma digital Fox Sports App.

“Seguimos trabajando para reforzar nuestras pantallas con lo mejor del mundo de los deportes de combate. La incorporación de WGP Kickboxing a nuestra oferta, refleja nuestro compromiso de no sólo transmitir las grandes carteleras internacionales, sino también apoyar al talento local latinoamericano”, expresó Francisco Pazmiño, SVP de Adquisiciones y Estrategia de Programación de Fox Sports Latin América.

Bajo la franquicia FOX Fight Club FOX Sports transmite las mejores peleas de boxeo a través de la serie Premier Bo-



king Champions, así como también artes marciales mixtas de Bellator y Arena Tour.

Los encuentros, que se disputan a lo largo del año en la región, comenzaron este mes de abril, con la transmisión en vivo y en directo desde el Ginásio do S.P.F.C. (Morumbi) de San Pablo, Brasil.

## NHK World TV estrena “Explorando Japón”

Este proyecto conjunto con la Fundación Japón y jibTV, consiste en seis documentales doblados al español, que serán emitidos en abril y mayo

NHK World anunció que ha producido recientemente una serie de programas como un proyecto conjunto con la Fundación Japón y jibTV. “Explorando Japón” consiste en seis documentales doblados al español, que serán emitidos en abril y mayo. Japón continúa creciendo a medida

que incorpora elementos culturales de la música, moda, cocina, deportes, arte y ciencia de todo el mundo. La cultura japonesa logra fusionarse con la del resto del mundo, produciendo una serie innumerable de fenómenos y eventos. Esta serie de documentales muestra cómo las dis-

tintas culturas del Japón moderno y del extranjero se mezclan y se influyen mutuamente.

El ciclo se compone de producciones tales como “Koshu, el vino milagroso”, “Estudiantes de intercambio en Tokio”, “Mi vida con el Aikido” y “Entrega en el espacio”, entre otras.



dibexOTT



dibex

# TyC Sports presentó el nuevo branding de Sportia

*El servicio de noticias de TyC Sports renovó íntegramente su imagen y apuesta a un concepto moderno y dinámico.*

TyC Sports lanzó el nuevo branding de Sportia, el servicio de noticias que diariamente brinda más de ocho horas en vivo de información deportiva. El rebranding de Sportia incluye la renovación integral del packaging que se luce en el nuevo logo, las placas de apertura, cierre y tantas, en los zócalos y todo el pack de gráficas de pantalla.

Además, la escenografía permite una mayor expansión y conexión del espacio y ofrece una interacción más fluida que responde a la evolución de las formas de recibir, intercambiar y transmitir la información.

Sportia brinda una muy amplia cobertura del deporte argentino e internacional en tres emisiones diarias, con móviles

en vivo, cronistas en todos los equipos, especialistas en cada disciplina y un plantel periodístico destacado dentro de la TV deportiva argentina.

La primera edición empieza a las 7 de la mañana, con un supermatutino de seis horas en vivo con toda la actualidad del deporte, móviles en vivo desde los entrenamientos, entrevistas, informes, el estado del tránsito y el pronóstico del tiempo. El equipo de conducción está a cargo de Pablo Lamédica, Gustavo Lombardi, Juan Martín Rinaldi, Germán Gianni, José Montesano, Cecilia Franco, Ariel Senosiain, Guido Bercovich y Jessica Dorado.

A las 18 horas, Alejandro Fabbri y Majo Lezcano actualizan toda la información



deportiva de la jornada con móviles en vivo, entrevistas, informes, todos los goles de la tarde y la previa de la actividad deportiva nocturna.

Por último, desde las 23 horas, Cristian Garófalo, Juan Pablo Marrón y Bárbara Vitantonio invitan a cerrar el día bien informados con el análisis de lo que pasó en la jornada y las repercusiones del mundo del deporte.

## Telemundo Internacional, con nuevo feed

*Está feed exclusivo está destinado a cubrir las necesidades de los distintos países centroamericanos.*

Telemundo Internacional, perteneciente al portfolio de canales de NBCUniversal International Networks, anunció que a partir del mes de marzo amplió a cuatro sus señales en Latinoamérica, sumando a las ya existentes señales de México, Venezuela, y Latinoamérica, un feed dedicado exclusivamente a Centroamérica, a través del cual se cubrirán las necesidades específicas de entretenimiento de El Salvador, Nicaragua, Gua-

temala, Honduras, Costa Rica y Panamá. La nueva señal para Centroamérica de Telemundo Internacional está regida por la zona horaria de Guatemala.

"La apertura de una señal de Telemundo Internacional dedicada a la audiencia centroamericana es una muestra clara de nuestro compromiso en brindar a nuestros consumidores y anunciantes no sólo la más completa y variada oferta de entretenimiento en español, sino también una propuesta programática adaptada a las necesidades y preferencias de consumo locales", comentó Klaudia Bermúdez-Key, Gerente General y Vicepresidente Senior de NBCUniversal International Networks, Latin America.

Esta nueva señal de Telemundo Interna-



Claudia Bermúdez-Key

cional llega para complacer los gustos específicos de los suscriptores con los que cuenta actualmente el canal en Centroamérica, disponible a través de los principales distribuidores en la región.

## Buenas noticias para Cinemax en las mediciones



Cinemax, el canal del segmento básico de TV paga de la familia HBO, se posicionó entre los diez canales de TV paga de mayor audiencia de cable la última semana de marzo en la franja horaria de los viernes por la noche, en su franquicia CinerGía. En Chile, Cinemax subió al 1º lugar de canales de películas y series durante este horario y en Argentina alcanzó el puesto número 3. En México, por otro lado, llegó al lugar 6 del ranking; mientras que en Co-

lombia y Brasil, al 8 y 9, respectivamente. CinerGía es un espacio que busca ofrecer a las audiencias un momento de relajación en el final de la semana laboral. Presenta todos los viernes por la noche las mejores películas para comenzar el fin de semana, como The Lego Movie, The Imitation Game, Paddington e Inglorious Basterds. Cinemax ofrece las películas más taquilleras como Mad Max: Furia en el Camino, Interestelar y Terremoto – La Falla

de San Andrés. Además, el canal lleva el entretenimiento premium al público con las series originales de HBO, como Game of Thrones y Girls; así como estrenos simultáneos con HBO de sus producciones más esperadas. Entre estos estrenos simultáneos, estarán el primer episodio de la nueva serie original de HBO Latin America El Jardín de Bronce y el estreno de la séptima temporada de Game of Thrones.



CONGRESO  
27

**HOTEL  
RIU PLAZA**

**Ciudad de Panamá  
21-22 de junio, 2017**

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

[www.tepal.org](http://www.tepal.org)

[tepal@tepal.org](mailto:tepal@tepal.org) / [narango@tepal.org](mailto:narango@tepal.org)

(+507) 390-7758 / 390-3419

g

## Incorporación en LN+



**Daniela González**

a La Nación, como Jefe de Programación y Producción de los canales Lifestyle de AMC, El Gourmet, MásChic, Cosmopolitan TV, Casa club, entre otros.

Se incorporó al Grupo La Nación Daniela González como Gerente de programación y contenidos de La Nación Más (LN+). En esta etapa de consolidación del canal, será la encargada de liderar dicha evolución. Además, también será su responsabilidad, el desarrollo de la programación y el diseño de nuevos contenidos para la señal. Daniela cuenta con más de 20 años de experiencia en producciones audiovisuales. Durante su trayectoria laboral se desempeñó como Productora en América TV, Productora Ejecutiva en numerosos programas, Gerente de programación y producción en Canal 9 y, antes de su incorporación

g

## Promoción en la Gerencia Comercial de Artear



**Adriana Santi**

Adriana Santi ha sido promovida a la posición de Coordinadora General de Ventas de Publicidad para El Trece y señales, reportando a Héctor Albani, Gerente Comercial de Artear. Ejecutiva de importante trayectoria dentro de la empresa del Grupo Clarín, ocupó diversas funciones de responsabilidad en el área de ventas. En su nueva posición, tendrá bajo su responsabilidad la comercialización de publicidad en tanda de El Trece, como así también de las señales Todo Noticias, El Trece Satelital, Magazine, Volver, Quiero Música en Mi Idioma, Metro, Canal 4, América Sport y El Garage TV.

g

## Gustavo López deja AMC



**Gustavo López**

AMC Networks International – Latin America anunció que Gustavo López, quien en los últimos años ocupara el puesto de Vicepresidente de Distribución de las señales de la empresa en la región, dejará su actual cargo a finales de este mes para incorporarse a una firma de asesoría legal dirigida a empresas que actúan en el ámbito de la TV Paga en América Latina. AMCNI – Latin America iniciará de inmediato el proceso de búsqueda del reemplazo de López, el cual será anunciado en las próximas semanas.

g

## Tomás Yankelevich, en Turner



**Tomás Yankelevich**

El reconocido ejecutivo Tomás Yankelevich fue designado para ocupar el nuevo cargo de Vicepresidente Ejecutivo y Chief Content Officer, General Entertainment de Turner Latin America. Whit Richardson, Presidente de Turner Latin America, hizo el anuncio oficial. Yankelevich se mudará a las oficinas de la compañía ubicadas en Miami, y reportará a Richardson.

a

## agenda

**2017**

**Abril**

26 y 27

APTC

Swissotel – Lima

Web: [www.aptcp Peru.org](http://www.aptcp Peru.org)

**Mayo**

23 y 24

Bolivia Media Show

Hotel Los Tajibos – Sta. Cruz de la Sierra

Web: [www.grupoisos.net](http://www.grupoisos.net)

24 y 25

Foro ASOTIC

Hotel Cosmos 100

Bogotá - Colombia

Web: [www.asotic.com.co](http://www.asotic.com.co)

**Junio**

21 y 22

Tepal

Hotel Riu Plaza - Ciudad de Panamá

Web: [www.tepal.org](http://www.tepal.org)

28 y 29

Encuentros Regionales

Centro de Convenciones ROS TOWER

Rosario – Santa Fe

Web: [www.encuentrosregionales.com](http://www.encuentrosregionales.com)

**Julio**

11 al 13

Convergencia Show.mx

World Trade Center – México DF

Web: [www.convergenciashow.mx](http://www.convergenciashow.mx)

**Agosto**

9 y 10

Asunción Media Show

Sheraton Hotel – Asunción del Paraguay

Web: [www.grupoisos.net](http://www.grupoisos.net)

16 al 18

Expo Comunicar

Hotel NH Royal Park Metrotel

Bogotá – Colombia

Web: [www.expocomunicar.com](http://www.expocomunicar.com)



Asociación Argentina de Televisión por Cable

Editor Responsable  
Walter Burzaco

Registro de la Propiedad Intelectual  
N° 357.428

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

**Directora:**

Graciela Leombruni

Redacción, comercialización y administración:

R. Gutiérrez 4512 - 1° "B" - 1419

Bs. As. - Argentina

Tel: 54-11-4502-7052

**Email:** [gleombruni@visiongrafica.com](mailto:gleombruni@visiongrafica.com)

Año: 2017

Nro. 224



# 26º | EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL PROFESIONAL

CONFERENCIAS . WORKSHOPS . DEMOS EN VIVO . MESAS REDONDAS . MASTER CLASSES

# CAPER 2017

broadcast • cable • satélite • cine • iluminación • audio



MIE . JUE . VIE | **OCT**  
**25.26.27**  
**BUENOS AIRES • ARGENTINA**



[consultas@caper.org](mailto:consultas@caper.org)



[www.caper.org](http://www.caper.org)



# ENTRETENIMIENTO INTELIGENTE

## EN CONSTANTE EVOLUCIÓN



**HBO**  
LATIN AMERICA  
GROUP™

**Somos la evolución del entretenimiento** —conservando la esencia del pasado, cubriendo las exigencias del presente y trabajando por los avances del futuro. Entretenimiento de calidad superior a tu alcance en todas las plataformas. **Somos HBO Latin America Group.**



© 2016 Home Box Office, Inc. y HBO Ole Partners. Todos los Derechos Reservados. HBO® y las marcas de servicio relacionadas son propiedad de Home Box Office, Inc. El material incluido es de la exclusiva propiedad de HBO Ole Partners o sus aliados y licenciatarios, y está protegido por las leyes de derechos de autor y otras leyes aplicables.