



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

JORNADAS INTERNACIONALES

En marcha y con nuevo formato

Regulación:

Por la igualdad
ante la ley

TEPAL:

La industria se
reúne en Panamá

Piratería:

Un monstruo
de mil cabezas

Premios ATVC:

Abierta la inscripción

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.**

HBO HBO+ HBO plus HBO Family HBO Signature max max up maxPRIME COMCAST WB E! A+E H H2 LifeTime T S AXN STUDIO Syfy UNIVERSAL

© 2015 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.



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

Web: www.atvc.org.ar
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

Mucho se discute sobre cómo regular los OTT, un servicio rodeado de una mística tal que las autoridades no le aplican las normas existentes e incluso esbozan proyectos regulatorios cuando los OTT ya están incluidos en el Art. 6° de la Ley 27.078. El artículo refiere a toda forma de comunicación primordialmente unidireccional destinada a la transmisión de señales para ser recibidas por un público determinable, incluyendo el servicio “ofrecido por un prestador de servicios TIC que utilice la tecnología de transmisión de contenidos audiovisuales basados en el protocolo IP (IPTV), para el acceso de los programas en vivo y/o televisión lineal”.

Siendo esto así, quienes hoy proveen servicios OTT en la práctica se ven eximidos de gestionar licencias, autorizaciones, permisos o registros (Art. 8° Ley 27.078), de cumplir las obligaciones que pesan sobre los licenciatarios de servicios TIC, e incluso eluden las obligaciones tributarias anexas. Todo por omisión de las autoridades regulatorias, las que tampoco se ocupan de “la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados” (Art. 42 CN), dado el gran cúmulo de ventajas que detentan los OTT en comparación con la TV por Cable.

Esta enorme diferencia de obligaciones, cargas y deberes que se le exigen a los licenciatarios de servicios TIC y que no se aplican a los OTT, tiene hoy expresiones muy concretas:

(1) Los prestadores de OTT no abonan cargo alguno en concepto de “acceso” a la red de telecomunicaciones con protocolo IP, mediante la cual proveen el servicio a sus clientes finales. De esta manera, los servicios de OTT no contribuyen al mantenimiento y expansión de estas redes, que son fruto de la inversión de empresas que operan dentro de la ley.

(2) Los prestadores de OTT deberían estar sujetos a las exigencias que pesan sobre los licenciatarios de los demás servicios TIC, en lo que hace a la protección de los derechos de los consumidores, debiendo cumplir con las adecuaciones del caso, con las obligaciones referidas a exigencias y contenidos mínimos de los contratos de provisión de servicios, a permitir el acceso de los clientes a la información relevante de calidad de productos y servicios contratados, a facilitar la rescisión de los contratos y cancelación de los servicios a pedido de los clientes, etcétera.

(3) Estos prestadores de servicios OTT deberían ser considerados contribuyentes de la Tasa de Control, Fiscalización y Verificación, y aportantes al Fondo Fiduciario del Servicio Universal, expresamente regulados por los artículos 49 y 22 de la Ley 27.078.

(4) Los prestadores de OTT cuyo servicio consiste en la provisión de contenidos audiovisuales, deberían estar sujetos a obligaciones similares que las señales que son distribuidas por los prestadores de servicios de TV por Cable.

Estas disparidades fueron advertidas en Europa, donde se han emitido indicaciones expresas que constan en el “Report on OTT services” difundido por el “Body of European Regulators for Electronic Communications (BEREC)” en enero de 2016, que se basan en el principio general de que los servicios en competencia deben tener las mismas obligaciones regulatorias para que no haya privilegios. De esta forma se evitan las asimetrías que derivan en distorsiones competitivas, cuando un servicio soporta costos regulatorios que no tiene su competidor.

Lo que está ocurriendo en Argentina, por el simple hecho de que no se aplica la ley a los OTT, es además contrario a la política del Gobierno Nacional de proteger a las PYMES que prestan servicios en las provincias. Pero además el uso intensivo de las redes con protocolo IP por parte de los OTT sin abonar por ello cargo de acceso alguno, y por lo tanto sin contribuir a su expansión y mantenimiento, genera de por sí una situación de distorsión de la competencia que también es contraria a otro de los principios de la política del Gobierno Nacional en materia de comunicaciones: crear nuevas redes para un mejor acceso de los ciudadanos.

En conclusión, en vez de elaborar proyectos para eximir a los OTT de sus obligaciones existentes, sugerimos que se aplique la ley. Y si la idea es reducir las obligaciones, la TV por Cable espera recibir ese alivio dada la enorme carga regulatoria y fiscal que está soportando.

Se acerca Jornadas Internacionales y se pueblan los casilleros



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

Tras la licitación de espacios y las confirmaciones de diversos expositores, la organización del evento llega a su etapa final. Cómo es el nuevo formato.



El calendario ya está en marcha y desembocará indefectiblemente en los días 19, 20 y 21 de septiembre, en los cuales el Hotel Hilton Buenos Aires volverá a ser escenario del encuentro más importante de la industria en Latinoamérica: Jornadas Internacionales.

El ya tradicional trade show organizado por la Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC) y la Cámara de Productores y Programadores de Señales Audiovisuales (CAPPSPA), mantiene su estilo y su impronta, pero llegará en esta ocasión con una novedad significativa, a la que no están habituados los numerosos participantes.

¿Cuál será? Un cambio de formato. En lugar de los históricos tres días de exposición y conferencias, esta vez la primera jornada será exclusivamente de conferencias. Para esta edición, los números 27, serán dos entonces los días plenos de feria comercial. Los programas de conferencias, en tanto continuarán también durante esas dos jornadas, de acuerdo al programa que pronto difundirán los organizadores.

La realización de los diferentes ciclos de conferencias es uno de los aspectos que más ocupa a quienes se encuentran definiendo los detalles del evento. Esto ocurre por el alto nivel de concurrencia logrado para las actividades académicas en el área audiovisual el año pasado,

que obligó en esa instancia a limitar el número de asistentes a algunas de las presentaciones. Eso augura para este año nuevamente excelentes resultados, y compromete a la vez a implementar de la manera más eficiente y ordenada posible las actividades para que pueda tomar parte la mayor cantidad posible de interesados.

En cuanto a la venta de espacios, más allá de la primera licitación llevada a cabo en abril, son 44 las empresas expositoras ya confirmadas a la primera semana de junio, momento del cierre de esta edición de Revista ATVC. En ese sentido, ATVC y CAPPSPA confían en que será un año exitoso en cuanto a convocatoria.

La auspiciosa venta de stands demuestra que la nueva modalidad no quita atractivo ni interés por la exposición comercial, sino que los expositores entienden que la modificación servirá para dinamizar y valorizar ese espacio de venta y relacionamiento con los clientes. Se trata de un ámbito donde año a año operadores de sistemas de Cable no solo de Argentina, sino del resto de la región, se acercan para obtener una experiencia directa con las novedades de los distintos proveedores, ya sea de área de programación, contenidos, equipamiento tecnológico y otros servicios.

Algo similar ocurre con las conferen-

cias, que en sus distintas mesas y paneles reúnen a destacados expertos junto a funcionarios, legisladores y programadores y cableoperadores, en un intercambio donde todos aportan pero también se llevan información y análisis surgidos de la manera más directa de los propios protagonistas del negocio.

Es el rol primordial de las Conferencias Académicas, especialmente en momentos de constante transformación y debates de fondo acerca del futuro de la industria. En ese punto, son de sumo valor los testimonios y experiencias de referentes de primer nivel que completarán, como todos los años, el nutrido programa que tendrá lugar en los salones Atlántico.

Allí no solo se desplegarán las Conferencias Académicas, sino que tendrán lugar también el resto de los ciclos, como las relacionadas con el área audiovisual, y también las orientadas directamente al personal técnico, tales como las Sesiones Académicas Técnicas, los workshops y la jornada de la SCTE (Society of Cable Telecommunications Engineers) de Estados Unidos, en la cual los expertos del exterior comparten con los participantes locales las novedades que surgieron en el último tiempo en los mercados centrales.



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.

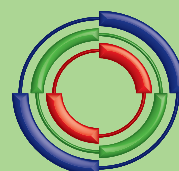
Jornadas Internacionales expresa su compromiso con la evolución de la sociedad, el acceso a la información y el conocimiento con la presentación de una nutrida exposición comercial, charlas debate sobre la realidad del sector y una serie de conferencias técnicas.



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

www.atvc.org.ar

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



cappsa

CÁMARA DE PRODUCTORES Y PROGRAMADORES
DE SEÑALES AUDIOVISUALES

www.cappsa.org

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

Ya está abierta la inscripción para Premios ATVC 2017

Programas de todo el país podrán participar para obtener el más federal de los premios. El plazo para postularse es hasta el 4 de agosto.

La Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC) anunció el lanzamiento del período de inscripción para la vigésima quinta edición de los Premios ATVC. El certamen tiene como objetivo distinguir lo mejor de las producciones audiovisuales de la TV cable en la Argentina y la región latinoamericana.

De acuerdo con ATVC, los interesados podrán anotarse hasta el 4 de agosto con programas emitidos entre el 1 de julio de 2016 y el 30 de junio de este año. Los premios se dividen en los géneros Asuntos Agropecuarios, Documental, Periodístico Informativo (Noticiero), Periodístico de opinión, Educativo, Deportivo, Interés General, Musical, Infantil, Cultural, Promocional (campanas de bien público, presentaciones de programas, publicidades comerciales, etc.), y Ciencias, Tecnología y Medio Ambiente. Este último incorporado en la edición 2016. También se entregará el Gran Premio del Jurado, y las tradicionales premiaciones a la trayectoria o por razones especiales.

Luego de la fecha de cierre de inscripción, comenzará el trabajo de visualización por parte del jurado. Primero se determinarán las nominaciones, y luego se entregarán los premios por género y por categoría, en una ceremonia a realizarse en los últimos meses del año.

El aspecto más destacable de los Premios ATVC es que se entregan por



categorías establecidas en función la cantidad de habitantes en la zona de cobertura donde se emiten los contenidos. Es por eso que se presenta como un certamen verdaderamente federal, porque considera a todas las regiones del país y Latinoamérica.

Además, estimula la diversidad cultural, porque tiene en cuenta a pequeños, medianos y grandes productores audiovisuales. En total, se contemplan seis categorías que van de entre 1-10.000 habitantes y más de 200.001 habitantes.

Por otra parte, hay una categoría especial dedicada a los programas emitidos a través de señales satelitales. En ella podrán participar programas realizados por señales satelitales argentinas o de otros países de América Latina cuya producción y emisión haya sido realizada por lo menos en un país de América Latina.

De acuerdo al reglamento, los programas podrán ser realizados por los canales participantes o coproducciones, como resultado de la asociación de empresas de cable con productores locales. Los productores o empre-

sas productoras deberán tener residencia en el área de cobertura del cable.

Los objetivos del certamen son reconocer el trabajo y la creatividad de los canales de cable, señales satelitales, realizadores y productores que emiten sus programas en Argentina, integrar a los países latinoamericanos y sus producciones locales,

promover y facilitar el conocimiento e intercambio de esas producciones, y destacar a la TV por Cable como un medio de comunicación social, representativa de la comunidad donde funciona.

Según afirmó Walter Burzaco, presidente de ATVC, “para este año esperamos que continúe en crecimiento el nivel de convocatoria de los premios, que se han convertido en una tradición en nuestro sector a nivel regional”. Burzaco señaló que “parte de nuestra misión es reconocer el trabajo y la creatividad de los productores audiovisuales. Así, contribuimos a estimular contenidos cada vez con mejor calidad, que estén a la altura de las expectativas del público actual”.

El directivo destacó también la “perseverancia de los pequeños y medianos productores, que día a día se esfuerzan por prevalecer en un sector cada vez más convergente”. E invitó a los canales y productores a participar con sus programas en “una nueva edición del premio más federal de la comunicación argentina”.

Existe un mundo
de estrellas por conocer



ZEE®
MUNDO

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

¡Películas nunca antes vistas!

Las mejores producciones de Bollywood dobladas al Español y en HD
Una experiencia única para tus suscriptores

 @zeemundo  youtube/c/zeemundo/  @zeemundo  @zee_mundo

• PARA MÁS INFORMACIÓN •

ventas@zeemundo.com

Nueva cita en Panamá



Como todos los años, el encuentro organizado por TEPAL convoca a los más importantes actores de la industria en la región. Esta vez, en el marco de un creciente proceso de cambios, con nuevas plataformas y modalidades de distribución de los contenidos, apalancadas tanto desde la evolución tecnológica como de las nuevas demandas de la audiencia.

Para conocer cómo preparan los organizadores esta nueva edición, Revista ATVC consultó a Humberto García Ferro, Secretario General de TEPAL. Querido acerca de cómo esperan este año el trade show, respondió: *“EL Congreso TEPAL 27 será un evento de gran calidad y sumo interés para los participantes y estamos seguros que cumpliremos más allá de lo esperado con las expectativas de los asistentes a esta convención. Por la calidad de los expositores, panelistas y cableoperadores que ya han confirmado su participación a este magno evento de las Telecomunicaciones por Cable e Inalámbrico, confiamos en que será una feria exitosa”*.

“Los principales atractivos para los asistentes pasan por el Intercambio

de Información y experiencias con los líderes de la Industria en los Congresos de TEPAL”, aseguró el directivo. También mencionó los Foros de Programadores, Proveedores de Servicios y el Foro de Negocios, y habló de *“la gran oportunidad de hacer negocios y estrechar lazos de amistad y comunicación, además de propiciar el intercambio cultural y económico entre los países que estarán representados”*.

García Ferro destacó que se mantendrá el mismo formato de Congreso y Exposición, *“el cual ha sido muy exitoso y satisfactorio para los participantes de nuestra industria en las últimas ediciones”*.

También enumeró los temas de interés para la industria, que se ven reflejados en los distintos programas de las conferencias. En ese sentido, manifestó que los tópicos centrales en esta etapa continúan siendo los servicios OTT, el Hogar Digital, TV Everywhere y nuevas Tecnologías como Machine Learning & Machine Intelligence.

Entre los panelistas confirmados se encuentran Jorge Salinger, de Comcast Cable, Christopher Lammers, de Cablelabs, Gonzalo Hita, de Cablevisión Argentina, Luciano Marino, de Millicom, Nicolás González Revilla, de Cable Onda Panamá, Guillermo Solomon, de Huawei, Enrique Yamuni, de Megacable México, Mauricio Ramos, de Millicom, Carlos Moltini, de Cablevisión Argentina, Eduardo Stigol, de Inter Venezuela, André Maciel, de JP Morgan, y representantes de HBO, Fox Latin America, Turner, Disney & ESPN y Discovery.

En resumen, como dice García Ferro, habrá *“conferencias sobre todos los temas de interés actual, así como también tendremos el Foro de Programadores y el esperado Foro de Negocios, con destacados líderes de la industria y miembros de TEPAL”*.

Por último, Revista ATVC preguntó por las actividades institucionales que llevará a cabo TEPAL durante el

encuentro.

El Secretario General de la entidad las detalló de la siguiente manera: *“El primer día, miércoles 21 de junio, tendremos un almuerzo inaugural, patrocinado por TEPAL, Guavus y Cable Onda, con la participación de autoridades del gobierno de Panamá y las palabras de bienvenida del presidente de la organización, Mauricio Ramos, y del anfitrión, Nicolás González Revilla. En la noche, se ofrecerá un gran cóctel de bienvenida, por parte de TEPAL. El segundo día, jueves 22, tendremos una Junta de Asociados de la organización a primeras horas de la mañana, y al mediodía Millicom ofrecerá un almuerzo a los participantes del Congreso. Al cierre del evento, casi al final de la tarde, TEPAL ofrecerá un gran cóctel de clausura para todos los participantes”*.



Humberto García



TELEVISIÓN
RADIO
NOTICIAS
ONLINE



EWTN Everywhere!

Disponible para sus servicios multiplataforma.

Para mayor información escriba a iberoamerica@ewtn.com
ewtn.com/español



EWTN

El Canal Católico

Empresa y Estado, juntos contra la piratería

El Summit Antipiratería & Contenidos Tour 2017 tuvo lugar en Buenos Aires y se centró en la problemática de la piratería online



El pasado miércoles 7 de junio altos ejecutivos de la TV paga regional, titulares de entes reguladores locales e internacionales y expertos en la materia de la piratería digital se reunieron en el Hotel Four Seasons de Buenos Aires en el marco de la edición Argentina del Summit Antipiratería & Contenidos Tour 2017, organizado por Latin America Anti-Piracy & Intellectual Property Consulting (LAAPIP), consultora especializada que ayuda a identificar y proteger los derechos de propiedad intelectual en la región, y TodoTVMedia, compañía de medios especializados en la industria de la televisión y el entretenimiento. El encuentro fue presentado por Television Associations of Programmers Latin America (TAP) y Fox Networks Group Latin America.

En la visita del tour a Buenos Aires, el tema de discusión central fue el aumento exponencial de sitios web piratas que retransmiten contenidos de alta demanda, como resultado directo de los avances tecnológicos. Quedó de manifiesto que es fundamental realizar una tarea conjunta entre todos los actores privados del sector y los entes reguladores, así como la importancia de la protección de la propiedad intelectual en el entorno digital desde una perspectiva integradora, que atienda la problemática del robo de señales, el subreportaje, el IPTV ilegal y la piratería por internet.

De acuerdo a los datos proporcionados por el Summit, en América Latina existen más de 400 sitios online que ofrecen contenido audiovisual, además de transmisión en vivo de canales de diferentes partes del mundo, con tráfi-

cos de más de 300 millones de usuarios mensuales, generando pérdidas millonarias.

Francisco Escutia, CEO de LAAPIP, abrió el Summit resaltando que el objetivo del encuentro era destruir a ese “monstruo de mil cabezas” llamado piratería e invitando a los actores de la industria a unir esfuerzos: “Por medio de la acción conjunta entre compañías que, en el mercado, pueden ser competidoras, pero en la lucha contra esta problemática deben aliarse”. Este pareció ser el espíritu en el panel de industria de TV Paga en el cual Javier Figueras, SVP de Venta de Afiliados de HBO LAG, advirtió: “En el ámbito de TV Paga y distribución podemos ser competidores, pero ante la piratería estamos todos juntos. En la unión está la fuerza”.

El rol de la Justicia fue un punto criticado por la totalidad de los panelistas. “Esperar tres años para encontrar resultados desalienta la toma de acciones”, comentó Sergio Piris, Jefe de Asuntos Legales, Clandestinidad y Delitos en Tecnologías de Cablevisión, haciendo referencia a la web pirata Cuevana.

En cuanto a los usuarios, mencionaron que personas de todas las edades, géneros y estratos sociales piratean contenidos debido a la disponibilidad y la inmediatez del acceso ilegal. “Debemos concientizar a las autoridades del flagelo de la piratería online, pero también a la sociedad”, comentó Daniel Steinmetz, Chief Anti-Piracy Officer de Fox Networks Group Latin America.

En lo que respecta al panel, de “Reguladores”, el eje de la discusión fue la importancia de renovar las leyes de propiedad intelectual y las leyes audio-



visuales para hacer frente a los problemas actuales y anticipar los próximos. Los participantes coincidieron en que la temática de la piratería online requiere de una coordinación internacional para poder atacar todos los frentes del problema. Silvana Guidici, Directora de Enacom, mencionó la desigualdad en el acceso a Internet que existe en Argentina “El aumento de la banda ancha ha beneficiado a las PYMES, pero ha contribuido a la proliferación de páginas piratas. En otros países, como Francia, Australia, Brasil, Colombia o México, se han tomado medidas legales para fomentar la producción nacional y requerir que las empresas grandes destinen parte de sus ganancias a invertir en contenidos culturales locales.”

Por su parte, el Presidente del INCAA, Ralph Haiek, indicó que se trata de un fenómeno cultural que requiere de acciones a corto plazo para lograr que no repercuta en la economía regional, y a largo plazo para conseguir modificar este hábito.





El canal infantil de rtve disponible ya en América



El mercado peruano se dio cita en Lima

La IX Cumbre APTC convocó a más de 500 asistentes en un marco de negocios y debates sobre la actualidad del sector.



El 26 y 27 de abril pasados tuvo lugar en el Hotel Swissotel de Lima la IX Cumbre APTC, el evento que reúne desde hace casi una década a los más importantes actores del mercado peruano y a invitados de otros países de la región.

Esta vez, la feria organizada por la Asociación Peruana de Televisión por Cable (APTC) atrajo la participación de más de 500 asistentes, que disfrutaron tanto de la exposición como del programa de conferencias que se realizó a lo largo de

las dos jornadas.

El primer día se llevó a cabo por la mañana la inauguración del evento, donde participaron el presidente de la entidad organizadora, Demóstenes Terrones Fernández, y su Secretario General, Ysrael Acuña, junto a Carlos Valdez Velásquez López, viceministro de Comunicaciones del Ministerio de Transportes y Comunicaciones de Perú, Jorge del Castillo Gálvez, congresista de la República, Ántero Flores-Aráoz, José Oliden Martínez, director ejecutivo de Inictel-

UNI, y Claudia Barriga Choy, sub gerente de evaluación y políticas de competencia de Osipelt.

“No quedarse en el pasado”

Terrones afirmó que la Televisión por Cable “no puede quedar en el pasado por la aparición del streaming, OTT o nuevas tecnologías o por los nuevos hábitos de consumo. Por ello los empresarios del rubro avanzamos y andamos a la par con los avances tecnológicos”.

También señaló que el evento “es un espacio y una expresión viva, un ejemplo para el país, de nuestra vocación pública y del pluralismo que anima nuestro discurso. Es este el espacio que nos hemos dado para enfrentar a los nuevos retos de los avances del cambio tecnológico, confrontar visiones, para recoger ideas y sumar voluntades”.

A su turno, Acuña mencionó algunos reclamos del sector en su país: “Si bien es cierto que se ha avanzado con una serie de normas para el desarrollo de nuestras inversiones, también es cierto que encontramos trabas en temas municipales como la desproporción de los textos únicos de procedimientos administrativos, pese a la existencia de la ley que señala taxativamente que por las autorizaciones no se puede cobrar más de una UIT. Sin embargo, se nos

pretende cobrar por metros de tendido de cable, subterráneo o aéreo, por poste instalado, lo que constituye trabas a la inversión privada del cableoperador peruano."

El cliente quiere elegir

Luego fue el turno de las primeras conferencias. Allí, el ingeniero Juan García Bish expuso sobre el tema "HFC versus FTTH" y aludió a la migración de la TV analógica a la TV digital. El disertante aseguró que *"la TV analógica tiene decretada su sentencia de muerte" y que "el futuro es el de las OTT", ya que "el cliente quiere poder elegir."*

Otras de las conferencias en ese turno fueron "Fundamentos básicos de los cables coaxiales drop y cables troncales" y "Preparación y conectorización de cables", dictadas por Jaime Rey (Perfect Vision - Fyco Telecomunicaciones), "Una solución para cada talla", por Damián Naguiner, de Pico Digital, "La potencia sin control no sirve de nada", a cargo del ingeniero Marcos Henrique Mascarenhas Ferrer, de Furukawa, y "Docsis versus EoC", nuevamente con la presencia de García Bish.

Luego del almuerzo quedó inaugurada la exposición comercial, con un corte de cinta simbólico a cargo del presidente de APTC, Demóstenes Terrones, y Edgar Carrasco y Rosa Carrasco de Scientific Satellite.

Por la noche, y para culminar esa pri-

mera jornada, la entidad organizadora invitó a una concurrida cena show de bienvenida, donde se pudo disfrutar de números musicales típicos del Perú y también de las danzas tradicionales del país anfitrión, con la actuación de distintos grupos de danza.

Segunda jornada

Ya en el segundo día de la Cumbre, la actividad comenzó con la exposición de María Julia Peláez Chávez, quien en nombre de la Asociación Peruana de Autores y Compositores (APDAYC) brindó información acerca de las llamadas Industrias Culturales, su relevancia en la economía local, la importancia de los derechos de autor para la producción artística y el valor de la producción cultural para los sistemas de TV por Cable. En ese sentido, detalló los beneficios de utilizar las obras musicales de forma legal, a través de APDAYC: *"Afianzamiento de relaciones como socios estratégicos entre el cableoperador y APDAYC, apoyo real a los creadores musicales del Perú, apoyo a la preservación del acervo cultural y al desarrollo del país"*. Más tarde, Carlos Cabrejos Barreto, de Telefónica del Perú, expuso acerca del tema "Tendencias en telecomunicaciones". Según señaló, la actividad en Internet es *"cada vez más intensa"* en todo el mundo, y *"el tráfico móvil crecerá de manera exponencial, principalmente desde los smartphones"*. Para el diser-

tante, *"todo ello impulsa al continuo crecimiento de personas y máquinas conectadas en el mundo"*.

También habló de la denominada *"Internet de las cosas"*, afirmando que, en la medida de que cada vez más cosas estén conectadas a Internet, el mundo cambiará de modo significativo. Además, mencionó la próxima tecnología 5G y la *"revolución digital"*.

Otra de las presentaciones durante esta segunda jornada fue la de Daniel Bartra y Patricia Lúcar, representantes de Top Latino TV, señal que se autodenomina como el *"primer canal de cable independiente de Perú"*. Los contenidos de esta nueva iniciativa son diversos y apuntan fundamentalmente a un público joven, con el objetivo de mantener interacción constante con ellos.

Luego el ingeniero Tomás Delgado, presentado por Scientific Satellite, llevó adelante la charla técnica sobre "Tecnologías para una nueva generación de servicios en su red". Allí, se basó en un relato histórico basado en el pasaje de la TV análoga a la TV digital, y las implicancias en la actualidad del mercado.

Por último, en representación del Instituto Nacional de Investigación y Capacitación de Telecomunicaciones - Universidad Nacional de Ingeniería (Inictel-UNI), el ingeniero José Luis Vidal habló acerca de distintas opciones de capacitación y certificación que esa institución ofrece.

"Me voy satisfecho"

A poco de culminar su mandato como presidente de la APTC, Demóstenes Terrones, titular de Best Cable, compartió con Revista ATVC el balance de su gestión.

"Estoy muy contento de haber cumplido estos dos años de mandato, en los cuales lo primero en que hemos pensado fue en empoderar a la APTC, cosa que logramos satisfactoriamente"

Eso consiste, según el directivo, en *"tener presencia ante los entes reguladores como son el MTC y Osiptel. Debemos trabajar de acuerdo a las normas que ellos dictan, pero también necesitamos de su apoyo. Y lo que hemos venido reclamando es que nos tomen en cuenta para sus debates. Por ejemplo, en el tema piratería"*.

"Otro tema importante son las asociaciones de gestión colectiva. Hay muchas aquí. Ellos quieren cobrar por su cuenta un montón de plata cada uno que, si hubiera que pagarles a todos, nosotros nos quedamos sin abono. En ese sentido, estamos haciendo una gestión en el Congreso de la República para que se haga una ventanilla única, que luego se ordenen entre ellos y que nosotros podamos trabajar, porque el objetivo nuestro es trabajar y hacer crecer a nuestras empresas", puntualizó Terrones.

Volviendo al balance de su mandato, detalló que la cantidad de asociados a la APTC, que hace dos años era de

aproximadamente 40, asciende en la actualidad a 57. Esto, sobre un universo total de unos 200 cableoperadores independientes.

"Aquí lamentablemente no se toma mucho en cuenta el tema ese de que la unión hace la fuerza. Hay muchos cableoperadores que inician operaciones y muchas veces les conviene la informalidad, entonces no vienen a asociarse. Ese es otro tema que estamos reclamando, porque no es posible que tengamos operadores informales con concesión y que vengan a hacernos la competencia a los cables formales", explicó el entrevistado.

Por último, un balance personal: *"Estoy satisfecho de haber trabajado para bien de todos los asociados. Muchos lo sabrán reconocer y otros no, pero me voy con la frente en alto de haber trabajado, aportado. Nunca la APTC tuvo un presidente que gastó de su dinero para hacer cosas. Pero lo he hecho con mucho gusto, para que haya por ejemplo fondos para comprar una oficina decorosa a la APTC"*.



Demóstenes Terrones



Mauro Zamora y Marcelo Bresca



Gabriel Larios, Henry Okumura, Gonzalo Blanco y Javier González



Patricia Uribe y Katya Sagastizabal



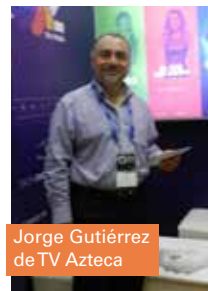
Demóstenes Terrones y el equipo de Best Cable



El Ing. Tomás Delgado con Edgar, Rosa y Giselle Carrasco, Miriam Vera y el equipo de Scientific Satellite



Ing. Eduardo Rivero, Mauro Zamora, Demóstenes Terrones, Jorge Vargas en la Fiesta de la 9a. Cumbre APTC



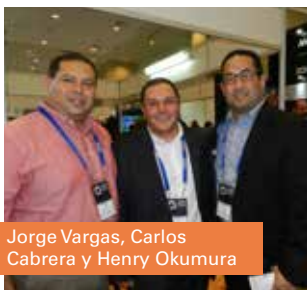
Jorge Gutiérrez de TV Azteca



Ignacio Guido de Food Network



Graciela Gentile y Mario Grossi de Report TV



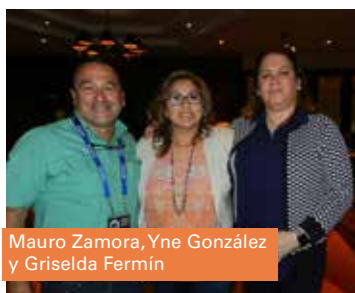
Jorge Vargas, Carlos Cabrera y Henry Okumura



Javier Figueras, Didi Montiel, Karín Chaves, César Sabroso y Marcelo Rizzatto



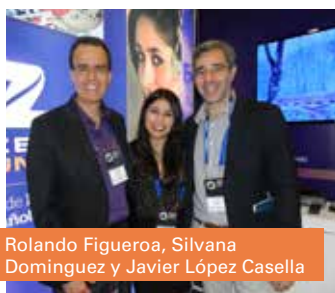
Christian Vanzini y Alejandro Kember de AMCN



Mauro Zamora, Yne González y Griselda Fermin



María Eugenia Ramos Mejía de EWTN



Rolando Figueroa, Silvana Domínguez y Javier López Casella



Staff de APTC



Riky Español y Hugh Quinones de JONARDTOOLS



Staff de Viacom



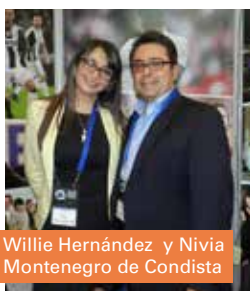
Concepción Hernando y María José Loranca de RTVE



Carlos Cabrera de Cisneros



Ing. Juan García Bish y Paulo Berriozabal



Willie Hernández y Nivia Montenegro de Condista



Daniel Llewelyn-Jones y Mario Molina



Wolfgang Domschke y Sean

STRIKING OUT

NUEVA SERIE



SUNDANCE TV™

ESTRENO 14 DE JULIO

Alejandro Kember,
VP Affiliate Sales Cono Sur
alejandro.kember@latam.amcnetworks.com

Bolivia Media Show reunió al mercado local en Santa Cruz de la Sierra

El evento, que se realizó por segunda vez, desarrolló un intenso programa de actividades y convocó a unas 300 personas.

El 23 y 24 de mayo últimos se llevó a cabo en el Hotel Los Tajibos, en Santa Cruz de la Sierra, la segunda edición de Bolivia Media Show, el evento que reúne a los más destacados actores de la industria en ese país.

Las conferencias comenzaron de la mano de Sergio Silva, Director de Ventas Afiliados para Argentina y Bolivia y Juan Massuh, Gerente de Marketing para el Cono Sur de Fox Networks Group Latin America, quienes se encargaron de presentar los productos Premium de la señal.

Ambos ejecutivos anunciaron la noticia del próximo lanzamiento del canal infantil NatGeo Kids, en reemplazo de Mundo Fox. Según especificaron, la nueva señal estará disponible a partir del 1 de julio.

Por su parte, Network Broadcast realizó su Workshop brindado por Eduardo Ruiz, Business Development Engineer de la compañía, para tratar sobre la Digitalización y la evolución al híbrido y OTT.

Luego fue el momento de que Christian Vanzini, Affiliate Sales Executive de AMC, se encargara de presentar todas las novedades de las señales de la empresa en el Screenshot de la compañía, lo cual dio por culminada la actividad matinal.

Luego de la pausa para almorzar, el

Salón Buganvilla de Los Tajibos, recibió al ingeniero Juan Carlos Machicao, Director de Telecomunicaciones de la ATT, para presentar la situación de la TDT en el país.

Machicao disertó sobre diferentes temas, entre ellos el "Apagón" analógico y cómo se llevará a cabo en Bolivia. Explicó que se hará en 3 etapas: el grupo uno conformado por Cochabamba, La Paz, Santa Cruz de la Sierra, Viacha, Vinto, Warnes, El Torno, tendrá fecha límite el 30 de noviembre de 2019; el grupo dos donde se encuentra Cobija, Montero, Oruro, Potosí, Sucre, Tarija, Trinidad, Valle Alto, y localidades con población mayor a 40 mil habitantes, lo hará el 20 de noviembre de 2021; y se prevé que todo el Territorio Nacional quede alcanzado recién en 2024.

Las conferencias continuaron por la tarde con un Workshop de Gatel sobre HFC – DTH – GPON, a cargo de Sergio Castañeda. Leandro Lagos, Gerente General de Tigo, conversó luego sobre OTT y VOD en la compañía.

La inauguración oficial de la exposición comercial de Bolivia Media Show 2017 contó con la presencia de Washington Melo, presidente de CUTA, Juan Carlos Machicao, Director de Telecomunicaciones de ATT,

Wilfredo Tolava Torrico, representante de Fecotel, y María Soto, presidenta de Grupo ISOS Internacional.

Segundo día

La segunda jornada comenzó con el Workshop tecnológico de la empresa Sonotec, dividido en tres partes referidas a radio digital, radio multimedia y ahorro energético en televisión. Allí el ingeniero David Ron aseveró que "el futuro de la radio es la radio multimedia. Hoy en día queremos ver a la radio; queremos ver a nuestros presentadores, y poder verlos en móvil y en computadoras".

Luego tuvo lugar a la feria comercial de Bolivia Media Show 2017, que se desarrolló activamente. Entre las empresas, organismos e instituciones que aportaron su presencia estuvieron Fox Networks Group, Turner, AMC, Discovery, Disney&ESPN, EWTN, TV Azteca, TyC Sports, Fecotel, Tigo, ATT, Network Broadcast, Gatel y Sonotec.

Esta segunda edición del evento contó con la acreditación de unas 300 personas, y con la participación de los principales operadores de Bolivia, tales como Tigo, Entel, Cotas, Cotel, Comeco y Digital TV, entre otros. Junto con la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes de Bolivia (ATT), Grupo Isos informó que ya está organizando las conferencias para la tercera edición de Bolivia Media Show, a realizarse en 2018.





dibexOTT



dibex

México: los desafíos de los cables independientes

Salomón Padilla, presidente de ATIM, analiza las distintas problemáticas del sector, tanto desde lo regulatorio como lo tecnológico y comercial.



Salomón Padilla

Formada a partir de la unión de diversos operadores esparcidos por el territorio mexicano, que no eran parte de las cámaras tradicionales del sector, la Asociación de Telecomunicaciones Independiente de México (ATIM) tiene como misión representar los intereses de este segmento de la industria.

Con casi medio millón de suscriptores en hogares de poblaciones semi urbanas y rurales, los socios de ATIM cuentan con problemáticas particulares, dentro de la situación general del sector en México.

El mercado del Cable en México ha experimentado cambios significativos, tanto por los avances tecnológicos como por la aparición de nuevos tipos de contenidos y por el efecto de las regulaciones que se pusieron en marcha en los últimos años.

Para conversar acerca de esas cuestiones y cuáles son las perspectivas actuales, Revista ATVC entrevistó a Salomón Padilla, presidente de ATIM. Estas

fueron las respuestas a las inquietudes planteadas.

- ¿Cuál es la actualidad de la industria del Cable en México, y la de los integrantes de ATIM en particular?

- La industria del Cable ha experimentado un freno de manera general. Esto sucede debido a que el empeño regulatorio no se ha estabilizado, junto con la falta de claridad en el rumbo que tomarán la macro y microeconomía, lo cual hace que se frenen los planes de expansión.

- ¿Cuáles son los desafíos que se presentan en esta etapa para los operadores independientes?

- Los desafíos son básicamente tres: el crecimiento de las redes, la modernización de la planta y la implementación de nuevos servicios adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores. Es para esto que ATIM trabaja afanosamente en ayudar a sus agremiados en estos tres aspectos, llevándoles soluciones. Parte de esas propuestas se reflejarán en nuestro evento Convergencia Show, del 11 al 13 de julio.

- ¿Cómo influye el marco regulatorio en ese sentido? ¿Cuáles son los reclamos del sector?

- La regulación, como su nombre lo dice, "regula" la actuación y afecta el desempeño del operador, ya sea de forma positiva o negativa. En este caso se ha vivido una oleada de paternalismo y populismo sustentado en la reforma de telecomunicaciones,

que fue más política que de mercado. Y esta regulación ha homogenizado los productos y servicios, convirtiéndose una competencia en precios de compra, beneficiando a los competidores tradicionales nacionales y no necesariamente al consumidor. El reclamo del sector es el manejo homogenizado y centralista del sector.

- A nivel contenidos: ¿qué tipo de programación es la más valorada actualmente por el público mexicano?, ¿qué señales son las más populares?

- La programación local y regional ha tomado mucha relevancia, aunado con los contenidos deportivos. Ha bajado mucho el contenido Premium, que ha migrado a otras plataformas.

- ¿Qué gravitación tienen en el negocio del Cable las nuevas modalidades de distribución no lineal? ¿Cómo ven el futuro en ese aspecto?

- Las nuevas plataformas han tratado de entrar en todos los nichos del contenido. En estos pocos años, no más de cinco, hemos visto crecer y morir muchas plataformas, manteniéndose sin muchas ganancias las de contenido Premium y muriendo las de deportes y contenido lineal. En el corto plazo creemos que seguirá así hasta que la calidad del contenido pase de los 8 k. Allí regresará al único lugar donde pueden pasar esa cantidad de datos de una manera correcta, esto es el cable, que ahora se transforma en fibra óptica de alta capacidad a la casa.

A las puertas de Convergencia 2017

Del 11 al 13 de julio tendrá lugar en el World Trade Center de la ciudad de México la expo convención Convergencia ShowMX, que llevará a cabo de esta manera su segunda edición, tras el auspicioso debut del año pasado.

Organizada por ATIM, el evento tiene como objetivo "ser el punto anual de encuentro de toda la industria mexicana de operadores y licenciarios de TV Paga, Telecomunicaciones, DTH, Reguladores, proveedores de Contenidos, Programación y Tecnología".

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.

Visítanos en nuestro stand en Tepal 2017

TyC Sports



Artear inauguró su Centro de Contenidos Multiplataforma

Es el más avanzado en América Latina e integra a múltiples equipos de trabajo, con la mejor tecnología disponible.

Una vez más, Artear se encuentra a la vanguardia en innovación tecnológica. La compañía acaba de inaugurar recientemente el Centro de Contenidos Multiplataforma más avanzado de Latinoamérica.

Se trata de un espacio de trabajo de 2600 metros cuadrados en el que confluyen las señales eltrece, TN, CiudadMagazine, FashionTV, Canal 4, Quiero Música, Volver, Metro, América Sports, eldoce y Cucinare, con el fin de transmitir contenidos de alta calidad para televisión, web, móviles y redes sociales. El objetivo es poder responder en forma óptima a las exigencias que imprimen el mercado, las últimas tecnologías y los estilos de vida actuales, donde el viejo modelo televisivo va dando paso a la



convergencia de servicios y contenidos más acordes con lo que exigen hoy las audiencias.

Bajo la modalidad "open space", el flamante centro -ubicado en el sexto piso- integra múltiples equipos distribuidos en más de 200 puestos de trabajo, 11 oficinas, 20 islas de edición y monitoreo, y 4 sets en vivo, una di-

námica estructural que se encuentra a la par de las cadenas de televisión más importantes del mundo.

Además de las condiciones espaciales, se incorporan en esta etapa modernas técnicas a los procesos de trabajo, que tiene como fin favorecer la alta calidad de los contenidos a emitir y la optimización de los tiempos de producción.

Una nueva etapa comienza y Artear marcará tendencia. *"Vas a vivir las noticias, el entretenimiento, la salud, el deporte, la moda, el espectáculo y la actualidad como nunca antes lo experimentaste. Porque queremos que disfrutes nuestros contenidos desde cualquiera de tus plataformas,"* prometen al público desde la empresa.

A+E Networks y su clásico torneo de truco

La compañía ofreció a sus anunciantes este particular agasajo, que contó como siempre con atracciones especiales.



A+E Networks Latin America realizó en Buenos Aires una nueva edición de su tradicional Torneo de Truco, una original, exclusiva y entretenida velada para sus principales anunciantes. Por parte de la empresa estuvieron presentes César Sabroso, VP Senior de Afiliados y Mercadeo Corporativo A+E Networks Latin America y Raquel

Martínez, Directora de Ventas Publicitarias del Cono Sur de A+E Networks Latin America, junto al equipo de VC Multichannel liderado por Pablo Intanno, Gerente Comercial de la empresa.

"Es un placer tenerlos en una nueva edición de este torneo que es mítico en el mercado. En nombre de A+E Networks quiero felicitar a Pablo y a todo su equipo de ventas por la convocatoria y por todo el trabajo realizado. Y principalmente, quiero agradecerles a ustedes, a las agencias, por todo el apoyo que nos brindan año a año," aseguró César Sabroso al darle formal inicio al torneo de truco. En el evento participaron más de 150 personas de agencias de publicidad y de empresas anunciantes de A+E Networks. Entre los invitados estuvieron ejecutivos de Telefónica, Zenith, Star-

com, Carat, Arena, MEC, Havas, Be Singular, Quiroga, Innovation, VCM, Havas, Omint, YPF, Mediacom, Think Thanks, Forward, Ignis, Smilehood, PHD, Anunciar, Gramon, Midios, Vi-zeum, Godrej, PHD, Vista, Iniciative, Msix OMD. También se hicieron presentes celebridades locales, como el diseñador de alta costura Benito Fernandez, la artista plástica Karina El Azem, el reconocido ambientador Javier Iturrioz, entre otras figuras.

La edición 2017 de Truco contó con grandes atracciones, premios y con un espectacular show musical del cantante Maxi Trusso, quien, en dos intervalos de rondas del juego, interpretó sus grandes clásicos: "Yoy Don't Know", "Nobody Is Lonely", "Make You Mine", "Nothing At All", "Please Me" y "Same Old Story". Además, entre cada ronda del truco se realizó un sorteo entre los presentes de una estadía de tres días y dos noches en Manantiales de Mar del Plata.

Claro-
sports

LO MEJOR DEL DEPORTE MUNDIAL

WU music

SOMOS LO QUE ESCUCHAS

MP

MULTIPREMIER

MOMENTOS DE PELÍCULA

MC HD

TENSIÓN ADICTIVA



Antena 3

Lo mejor en entretenimiento y actualidad

MVS
Televisión

Datos de contacto: **Matilde De Boshell**, Representante Regional de Ventas

Tels: (571) 6420079 - 6420072 - 6420073

Mail: mboshell@mbanetworks.tv

WWW.MVS-MARKETING.COM



Novedades en HBO



El canal anunció la fecha de estreno de su serie dramática The Deuce, a la vez que desarrolla una comedia basada en una serie de Internet.

Las novedades de HBO son variadas en los últimos tiempos, y configuran lo que serán los próximos anuncios para su pantalla. Por un lado, la señal tiene confirmada la fecha de estreno para la serie dramática *The Deuce*, que comenzará su primera temporada, de ocho episodios, el domingo 10 de septiembre.

Creada por George Pelecanos y David Simon y estelarizada por James Franco y Maggie Gyllenhaal, *The Deuce* sigue la historia de la legalización y el subsecuente crecimiento de la industria porno en Times Square en Nueva York desde principios de los años 70, hasta mediados de los 80s, explorando el rudo e inestable mundo en los momentos

pioneros de lo que se convertiría en la industria multimillonaria Americana del sexo. David Simon, James Franco y Nina K. Noble son productores ejecutivos.

Por otra parte, el canal se encuentra desarrollando la comedia *Brown Girls*, basada en la serie para internet de OpenTV, que debutó en Elle.com en febrero.

La pareja detrás de la explosiva serie web, la escritora Fatimah Asghar y la directora Samantha Bailey, también cuidarán de la adaptación para TV como escritora y productora ejecutiva así como directora y productora ejecutiva, respectivamente.

Brown Girls se centra en un extraño escritor paquistaní-americano y un músico



afroamericano que confía en su amistad y hermandad mientras ambos tratan de sobresalir al desorden de sus vidas en busca de sus sueños.

Asghar y Bailey producen ejecutivamente a lado de Mason Novick y Michelle Knudsen de MXN y Jermaine Johnson de 3 Arts.

Estas dos novedades se suman a la lista de producciones y estrenos que el canal lleva a cabo en la región y que seguirán anunciándose en los próximos meses.

Atresmedia Internacional celebró los 200 millones de espectadores

Para la ocasión, invitó a Madrid a representantes de los principales sistemas de TV Paga de Latinoamérica y Estados Unidos.

Atresmedia Internacional, que concentra opera las Antena 3 Internacional, Atreseries Internacional y ¡Hola! TV, anunció que alcanzó una distribución conjunta de 50 millones de hogares en todo el mundo, lo cual implica una audiencia potencial de 200 millones de espectadores.

Para festejarlo, Atresmedia Internacional quiso contar con algunos de sus principales socios de la industria de la TV de pago, tanto de Latinoamérica como del mercado hispano de Estados Unidos, para quienes organizó una jornada de trabajo en su sede central en San Sebastián de los Reyes, en Madrid.

En el encuentro, los responsables de los cableoperadores que incluyen en su oferta los canales internacionales de Atresmedia asistieron a una jornada de trabajo, en la que fueron recibidos por el Director General de Atresmedia Diversificación, Javier Nuche, y la Directora de

Atresmedia Internacional, Mar Martínez Raposo.

"Os damos la bienvenida a nuestra Casa para agradecer la confianza que habéis depositado en nosotros y en el trabajo de un gran equipo que hace posible que nuestros canales internacionales compitan de igual a igual con los grandes grupos de medios en la industria de la TV de pago", expresó Nuche en la ocasión.

Asimismo, el acto contó con la participación del Consejero Delegado de Atresmedia, Silvio González, el Director General de Atresmedia Televisión, Javier Bardají, la Directora de Ficción de Atresmedia, Sonia Martínez, y el Director General de Antena 3 Noticias, Santiago González, quienes compartieron con los invitados la estrategia que ha convertido



a Atresmedia en uno de los más importantes creadores de contenido en lengua española de todo el mundo.

Por parte de los cableoperadores, asistieron representantes de grandes grupos que forman parte del ambicioso plan de distribución diseñado Atresmedia Internacional para aumentar la presencia de sus canales en todos los mercados de la TV Paga.



VISIÓN INDISPENSABLE



az TV DE PAGA

azmundo
HD

ES MÍO

ESTRENO

**sexo, amor
& cachondeo**

Información, deportes, gastronomía,
viajes, realty's y mucho más.



f /AZ MUNDO TV

@AZMUNDOTV



**LA VIDA
QUE SUEÑAS**

Las mejores telenovelas de drama,
comedia, clásicas y juveniles.



azcorazón
HD

CON **LA** **KEY**
ALEJANDRA
LAZCANO
ESTRENO

f /AZ CORAZON TV

@AZCORAZONTV

ESTRENOS

1
HOY DIE CINQUE

TECNO TAG

FI
DE LA

CÓDIGO
TREND

FAN CHIC

FENOMENO DJ

azclíc!
**CONECTA
TU VIDA**



f /AZ CLIC TV

@AZCLICTV



PRÓXIMAMENTE

AZ
RUIDO

EM
PO

< **INOLVIDABLE** >

azciñema
HD

Contenidos exclusivos y el mejor
catálogo de películas del cine de época mexicano,
en blanco y negro y a color,



f /AZ CINEMA TV

@AZCINEMATV

@AZTVDEPAGA

WWW.AZTVDEPAGA.COM

f AZ TV DE PAGA

tv azteca
internacional



Víctor Miranda

El 29 de abril último se produjo el lamentable deceso de Víctor Miranda, querido y recordado en el sector del Cable, ya que pasó por varias empresas de la industria. Sus amigos, quienes compartieron con él parte de su vida, le dedicaron estas pala-

bras de despedida:

"Víctor, Vittorio, Negro, no alcanza un sólo nombre para un personaje tan grande... Expresivo, reflexivo, exagerado, alegre, nostálgico. Fue creando la mejor versión de su propio tango... Buen tipo, amigo de todos, seductor, siempre una frase para que nunca se terminara la charla y seguir hablando..."

Perceptivo, atento, ocurrente, hincha de Vélez, fanático de Palermo y de sus costumbres. ¡Le gustaba transformar lo simple en complicado y nos trataba de convencer con fundamentos!

Su ingreso en la industria (como él nombraba al trabajo), le cambió la vida pro-

fesional y personal. Los que tuvimos la suerte de compartir años de oficina con él disfrutamos sus anécdotas, sus recorridos con el mate, sus llamados a los clientes, sus risas, sus nervios previos a los viajes, siempre listo para un cigarrillo y para dejar ese sello tan único en cada escritorio.

Dicen que los que se mueren viven en el recuerdo que dejan.. Víctor fue muy generoso, tenemos material para evocarlos todos los días. Imposible no tener una vivencia que lo vuelva presente.

Se fue rodeado de amigos, celebrando, tomando vino y cantando. ¿Nos habrá querido decir algo? ¡Gracias Vittorio!"

TECNOLOGÍA

Caper Show realizó la adjudicación de stands

La exposición anual de la Cámara Argentina de Proveedores y Fabricantes de Equipos de Radiodifusión-CAPER-, la cual convoca cada año a más de 6.000 directivos, profesionales, técnicos, docentes y estudiantes relacionados con la Industria Audiovisual de Argentina y Latinoamérica, se realizará en Costa Salguero del 25 al 27 de Octubre.

Durante un acto oficial llevado a cabo el pasado 30 de mayo en la sede de la Cámara, y que fuese presidido el Ing. Ricardo Solari y la Lic. Pilar Orge Sánchez, Presidente y Gerente General de CAPER respectivamente, se realizó la adjudicación de stands para CAPER 2017 a través del tradicional sistema de prioridades.

Participaron del evento titulares y representantes de las 51 empresas que ya confirmaron su presencia en CAPER 2017: Adema, Antenas Novus, Ariel Heredia, ARS Technologies, BCD, BVS TV, Carbi Sistemas, Converttech, Cybercom Cable & Wireless, DBA Systems, Dinalight, Equaphon, Espa Elec, FDM Broadcast, FS 24, Grupo Ikono, Hardata, Interlink, Intertel, Iplusb, Isikawa Electronica, Jacal Conectores Coaxil, Kramer Electronics, Liecom, M31 Electronica, Mach Electronics, Maxicrane, MDP Sistemas Digitales, Media 5, Mega-service - ASDA, Mixsa, OM Systems, Optertek, Panasonic, Raicom, SVC, Solidyne, Stanich Audio Industria, Technology Group, Tecnored, Teletechnica, Tivit / Synapsis, Todomúsica, Trialcom, TV Group, VAI Videoaudio Ingeniería, Vec, VideoBit, Videoswitch, Viditec y XV Tech.



El Gobierno dio precisiones sobre el Arsat 3



En el marco del Simposio Internacional "Desarrollo espacial y sustentabilidad en la

Región Américas", organizado por la UIT y el Ministerio de Comunicaciones, Mariano Goldschmidt, gerente de Desarrollo Tecnológico e Innovación de Arsat, aseguró que el satélite será HTS en banda Ka y prevé brindar cobertura en el 100% del territorio nacional con 24 haz y una capacidad mínima de 40 Gbps.

Goldschmidt explicó que el Arsat 3, que será lanzado en 2020, se destinará también para servicios backhaul de 4G, y aseguró que ya se está trabajando con el INVAP y la CONAE para su desarrollo. El funcionario consideró haber cumplido un gran desafío al vender buena parte de la capacidad del Arsat 2 en Norteamérica, particularmente Estados Unidos, principalmente en servicios de movilidad para aerolíneas.

"La Argentina forma parte del exclusivo grupo de países en el mundo que es capaz de desarrollar tecnologías propias en la industria satelital", aseguraron los investigadores Andrés López, Paulo Pascuini y Adrián Ramos, de la UBA-CONICET. Y es uno de los pocos países que está fabricando "sus propios satélites".

"Se trata de una de las pocas áreas de alta tecnología en donde la Argentina cuenta con capacidades internacionalmente reconocidas", plantearon los investigadores, en su reciente trabajo La economía espacial en Argentina.

BCD®

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

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

ARRIS
GOLD
Advanced VAA

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

"Olfateando" los errores de bits en el ruido

Por Rolando Barja Elías*

(Extraído de mi artículo en inglés *Sniffing the bits errors in noise*)

El ruido, sin duda, es uno de los parámetros más importantes, de un mayor control directo y constante por parte de los operadores distribuidores de servicios digitales de cualquier red de telecomunicaciones, tales como Televisión por Cable, transmisión de datos, acceso a Internet o telefonía IP (VoIP).

El trabajo operativo del personal encargado del mantenimiento del ruido en las plantas de cable aumenta considerablemente, a medida que se incrementa las cantidades de usuarios conectados, mayor modulación de transmisión en downstream y mayor velocidad de acceso hacia cada uno de ellos, disminuyendo el nivel de Señal-Ruido, dejándonos nuevamente en la labor de planificación, búsqueda, detección y solución de los problemas que pueden encontrarse en las plantas de cable, estando entre los más comunes y de más fácil detección:

1. Potencia de señal óptica al nodo fuera del rango de operación.
2. Calibración de amplificadores.
3. Dispositivos pasivos con humedad.
4. Conectores desajustados o flojos.
5. Cables coaxiales troncales y de distribución dañados.
6. Red domiciliaria del abonado con desacople de impedancia.

En los nodos "antiguos", con una amplia zona de cobertura y con una gran cantidad de usuarios, amplificadores en cascada N+4, es mucho más complicado ubicar este problema de ruido por la gran cantidad de dispositivos activos, cables troncales y de distribución implementados. Por ello se utilizan también nuevos procedimientos de búsqueda inicial en forma predictiva como, por ejemplo, el PNM (Proactive Network Maintenance).

Con ambas gráficas combinadas se puede ir triangulando la zona donde radica o "nace" el problema de ruido en la red, empleando luego el método de Divide y Conquista, se determina el punto principal de interferencia en la red analizada. Todo este trabajo consume tiempo de los técnicos, a la vez que se presentan cortes esporádicos a los usuarios en caso de ser ocasionados en la revisión y solución del personal de campo. En otras ocasiones, los



Rolando Barja

cortes vienen dados directamente por el nivel elevado de ruido en la red que provoca reclamos de los usuarios, y los técnicos deben reparar en menor tiempo y obviamente luego de la detección del punto de ingreso en la red. Estos casos, con la nueva topología empleada de acuerdo con las normas establecidas de distribución de redes, que equivale a N+1 o en algunos casos de N+0, para permitir una red PON con menores distorsiones eléctricas en la transmisión de los servicios. Mientras, todos los operadores buscamos lograr el punto de equilibrio técnico-económico de aplicación de la nueva norma de topología de red N+0, estando en discusión (como siempre) qué es

más conveniente: una red FTTH implementada en zonas Brownfield o continuar con los cambios topológicos de la red dinámica que es la HFC.

Retomando el tema central del ruido y su detección, implica destreza de los técnicos responsables por su solución, buscando cual sería el punto común de las gráficas o charts enviados por los CMTS para cada nodo implementado en las frecuencias de subida o US desarrollados en DOCSIS 3.0.

He considerado tomar estas gráficas como un patrón que nos indique el posible problema físico que puede ser el causante de la variación de niveles de ruido y, por ende, de los aumentos de los CW errores corregidos y no corregidos en la red, teniendo que mantenerse en el orden menor de los 5% y 1% respectivamente.

Hemos detectado que cuando el nivel de ruido varía proporcionalmente a los niveles de errores corregidos, sea cual fuere el nivel de ambos, existe casi generalmente un usuario que está ingresando ruido en la red y al momento de ser desconectado los parámetros vuelven a su estado normal de operación.

Por lo tanto, en este primer caso de estudio, la acción de blindar los contratos que afectan la gráfica de ruido, ha dado los resultados esperados, determinando la asociación de los demás patrones de ruido detectados, que nos permitan identificar los problemas comunes físicos en las redes. Así se contribuirá a mejorar tiempos de respuesta del personal técnico encargado del barrido del ruido, mejorar la percepción de calidad de los servicios por parte de los usuarios y mantener un equilibrio en la red para la transmisión de los servicios de telecomunicaciones.

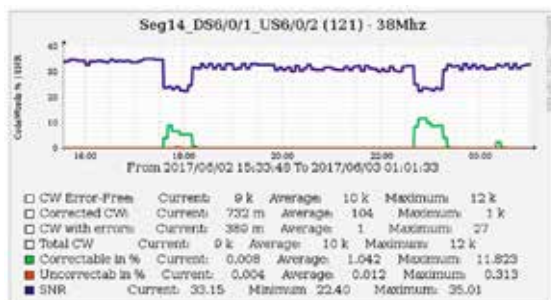


Fig 1. Niveles elevados Errores Corregidos.

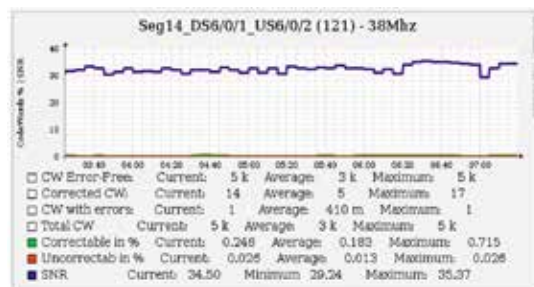
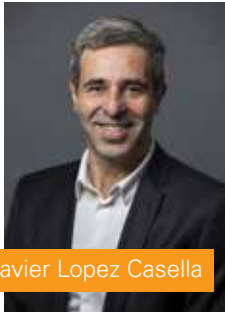


Fig 2. Niveles Estables luego de revisión en campo.

* MBA Ing. Rolando Barja Elías, SCTE Instructor, CWTS Certified / CWNP, BPS Certified / SCTE, Director Redes Coaxiales - COTAS RL

Zee Mundo se apoya en los socios locales

La señal de Bollywood se hace fuerte en la distribución de la mano de sus representantes en cada país de la región.



Javier López Casella

Una de las principales tareas de Zee Mundo, como toda señal que llega a una región, es impulsar su distribución. En ese sentido, Javier López Casella, General Manager US Hispanic-Latin America, aseguró a Revista ATVC que están presentando el producto en los distintos trade shows y haciendo road shows por toda América Latina y Estados Unidos. “La repercusión es muy buena. Ya estamos cerrando contratos por toda la región. Es impresionante ver como les está gustando a los clientes nuestra propuesta, y como les está gustando a los abonados, una vez que tienen Zee Mundo en sus grillas. Además de Ecuador, México y Perú, lanzamos este mes en Guatemala y próximamente en otros países de la

región”, señaló.

El ejecutivo puntualizó que están en “negociaciones avanzadas con grandes clientes, que aún no podemos dar detalles, pero que estoy seguro se van a concretizar. Sin hablar de los clientes menores, que hasta fin de año, vamos a tener un número importante de ellos. Contamos con la ayuda de MIC para Ecuador, Colombia y Perú; y con SIGNALTV para Colombia, Caribe y Centro América. Son nuestros representantes y poseen un muy buen equipo y son excelentes conocedores de esta región. Ya nos están trayendo nuevos clientes”. Consultado por los ciclos y contenidos más exitosos hasta el momento, López Casella mencionó las noches temáticas de la semana, con películas sin cortes publicitarios, como Pura Adrenalina los martes, Cines para enamorarse los jueves, Escena del crimen los viernes, y completó: “Los sábados presentamos películas juntas con sus tras las cámaras y cinematografías musicales, y domingo de comedia liviana y romance para Cine en Familia”.

“Son más de 200 títulos de películas este año. Incluso contamos con un catálogo de 500 videos musicales que son asociados con los filmes que emitimos, presentado en segmentos

dinámicos. Llamados Cineclub Muzeeal”, resumió.

En cuanto a las novedades que estarán presentando en TEPAL, el entrevistado habló de las dos series que Zee Mundo estrena en junio: Jodha Akbar, que va los lunes, y Begusarai: Tierra de nadie, los miércoles.

“Son series con cien capítulos cada una. Y vamos a ofrecer por semana un capítulo de estreno para cada una. Jodha Akbar es una serie de época, al estilo Romeo y Julieta, con excelente vestuario y escenografía adaptada a la época. Begusarai es una serie actual sobre una familia poderosa en una ciudad de la India. Ambas son series secuenciales, como telenovelas, lo que mantendrá la audiencia conectada a la pantalla y creará fidelidad con el canal”, explicó.



El nuevo modelo de Euronews

Con el objetivo de convertirse en el primer medio de noticias Glocal del mundo, Euronews reinventa su oferta de difusión digital mientras refuerza su línea editorial. Para profundizar en su misión editorial All Views, el canal europeo se embarca en una estrategia innovadora para mantenerse a la vanguardia de las necesidades de los consumidores en el panorama informativo actual personalizando su oferta para audiencias, operadores y anunciantes.

En mayo, Euronews comenzó una fase clave en la implementación de su plan estratégico NEXT, después de un año de desarrollo, invirtiendo en su transformación digital y lanzando su nueva oferta

diaria de noticias al transformar su producción y rediseñar su modelo de distribución.

Del 10 al 24 de mayo, gracias a esta nueva estrategia, se puso fin al multiplex (una señal de video en varios idiomas) que había sido la principal oferta de Euronews desde su comienzo en 1993. Este multiplex se reemplazó por el lanzamiento de 12 ediciones distintas en plataformas multimedia para satisfacer el rápido cambio en la demanda de los consumidores.

Esta transformación pretende reforzar su compromiso con una perspectiva Europea en asuntos internacionales y cumplir plenamente la filosofía editorial



Euronews All Views. En respuesta a un mundo de sobreinformación, Euronews ofrece a la audiencia el poder de forjarse su propia opinión, mostrando todas las perspectivas sobre las noticias.

MVS renueva su portal

El conglomerado de comunicación mexicano apunta a diferenciarse de sus competidores ofreciendo un servicio integral de post venta.



Rafael Díaz Infante

Rafael Díaz Infante, Gerente de Marketing MVS, dio detalles a Revista ATVC sobre la renovación del portal de ventas de la señal (www.mvs-marketing.com): “En el transcurso de las próximas semanas, estaremos renovándolo. Lo hacemos con el objetivo de que nuestros clientes encuentren todos los materiales y

elementos que necesitan para sus labores de comunicación y promoción, tales como grillas, videos promocionales, destacados de cada canal, materiales de apoyo en ventas, etc., de acuerdo a las necesidades que ellos nos expresan y sabemos que necesitan. Esta renovación de nuestro sitio representa parte del servicio integral postventa con el que nos diferenciamos y logramos que los operadores perciban el apoyo que les brinda MVS Televisión como su proveedor”. En relación a novedades vinculadas a la distribución de sus señales, indicó: “Seguimos con la expansión de Multicinema HD en toda Latinoamérica. Además de quienes fueron los pioneros en agregar esta señal en Centro y Sudamérica, estamos en negociaciones con otros sistemas importantes para que pueda llegar a

más hogares y los suscriptores puedan disfrutar de lo mejor del cine de acción, suspenso y terror. Cabe resaltar los buenos resultados que ha tenido en aquellos sistemas que ya cuentan con la señal”.

Consultado por la dificultad que viene teniendo MVS para introducir sus señales en el Cono Sur, el ejecutivo: señaló “Estamos trabajando muy de cerca con diferentes operadores en ese territorio, dando a conocer nuestro portafolio de señales y sus contenidos. Estamos seguros que muy pronto estarán nuestros canales en más sistemas en el Cono Sur”.

“En los meses restantes del año, esperamos continuar con el crecimiento que tuvimos en el primer semestre, logrando incrementar nuestra base de clientes y, sobre todo, que muchos más abonados puedan disfrutar de los atractivos contenidos que tenemos en nuestras señales: Multipremier, Multicinema, Nu music, Antena 3 y Claro Sports”, concluyó Díaz Infante.



TyC Sports, con balance positivo

La señal deportiva tuvo un buen primer semestre en un año signado por nuevos negocios y desarrollos digitales.

En diálogo con Revista ATVC, Hernán Chiofalo, Jefe de Negocios Internacionales de TyC Sports, se refirió a los resultados obtenidos por la señal deportiva en la primer mitad del año: “En lo que va del 2017 hemos logrado resultados muy buenos. Apostamos a cambios en la programación que nos han dado resultados inmediatos. A nivel rating, la audiencia nos elige como su señal favorita, y tenemos productos de calidad que continuarán en la segunda mitad del año. Además, nuestra plataforma de TV Everywhere, TyC Sports Play, mantiene un crecimiento sostenido tanto en la cantidad de usuarios como en la incor-

poración de contenido exclusivo. Mejoramos el funcionamiento de la app para mobile que integra todos los servicios de TyC Sports, que permite acceder tanto al contenido del sitio web, como también a las redes sociales y a la OTT”.

Asimismo, hizo referencia a los esfuerzos que se están realizando para reforzar la penetración de la señal: “El objetivo de TyC Sports es brindar siempre la mejor programación deportiva. La calidad de los contenidos es la que nos permite consolidar la fuerte distribución de nuestra señal en toda la región”.

En particular, se refirió al mercado mexicano: “México es un mercado muy atractivo para nosotros porque tiene una tradición deportiva importante y comparte con la cultura argentina la pasión por el fútbol, el boxeo y el básquet, por ejemplo, tres de los deportes que están en el ADN de TyC Sports”.

Para finalizar, destacó el éxito que tuvieron en el campo de los deportes elec-

TyC Sports



Hernan Chiofalo

trónicos: “Organizamos la primera Liga Profesional de FIFA 17 de Argentina y nos convertimos en la primera señal de nuestro país en transmitir un evento en vivo de eSports. El éxito fue tan importante que para la segunda edición Iveco se sumó como patrocinador oficial del torneo, y cuatro clubes y dos universidades juegan con sus propios equipos oficiales. Somos un canal de televisión que vive innovando y generando contenidos acorde a los tiempos actuales.”

BAND
INTERNACIONAL

BAND
NEWS

azciñema

azclic!

azmun

azcorazón

24h
tve

tve

star
tve HD

MIS
PRÓLOGOS
Made in Spain

INTI
NETWORK

Rai Italia



SGDG

DISTRIBUTION GROUP

MOTORS
TV

Fix Foxi

enlace
Una imagen de lo otro

TRACE
SPORT★STARS

PXTV

FIBA
AMERICAS
TV

VIVID

FASHIONone

FASHION ONE 4K
FASHION CHANNEL

CARVAL
ADULTO

NTN24
COM

Novelas

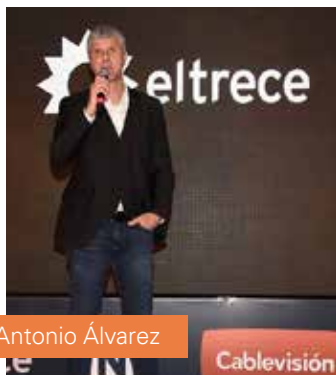
Nuestra Tele



sabrina.capurro@sgdgggroup.com • 5411 - 47745127

Alianza estratégica entre TNT, Eltrece, Pol-ka y Cablevision

La miniserie policial La fragilidad de los cuerpos es el primer proyecto conjunto de este nuevo acuerdo de co producción.



Antonio Álvarez

La fragilidad de los cuerpos es un policial negro que consta de ocho capítulos. Se basa en la novela homónima de Sergio Olguín y narra la intensa relación entre una joven periodista y un oscuro maquinista ferroviario, la cual es atravesada por casos de corrupción investigados por la cronista. Eva De Dominici y Germán Palacios están a cargo de los roles protagónicos y el elenco lo completan, entre otros, Juan Manuel Gil Navarro, Gustavo Garzón y Enrique Piñeyro. Asimismo, la dirección corre por cuenta de Miguel Cohan.

Si bien técnicamente este es el segundo proyecto surgido de la alianza estratégica entre Pol-ka, elTrece y TNT (el primero fue el unitario Signos, con Julio Chavez), se tra del primero al que se suma Cablevisión, y que dio lugar al acuerdo que se firmó entre el canal abierto, la señal de cable de cine y series de Turner, la productora de contenidos de Adrián Suar y el MSO, y que implica la realización de dos series originales por año por el espacio de diez años.

El acuerdo fue anunciado por todas las partes durante la presentación de la miniserie, que se estrenó el pasado miércoles 7 de Junio por la pantalla de Canal 13, un día más tarde en la señal TNT, los capítulos estreno en diferido, además de incluirlo en su plataforma TNTGO, y así ponerlo a disposición de público de toda la región. En cuanto a los clientes de Cablevisión, a partir de 8 de Junio (al día siguiente del estreno en TV abierta),

sus clientes obtuvieron acceso en exclusiva de la temporada completa en Cablevisión On Demand y a través de todos los dispositivos asociados a su plataforma OTT Cablevisión Flow.

Mariano Cesar, VP y Gerente de TNT y TNT Series se mostró optimista frente al inminente estreno de la miniserie: *"La historia tiene todos los condimentos de la tendencia global de la trama mafiosa y de la protagonista femenina fuerte, al estilo Homeland, y a su vez un toque muy latinoamericano con el tema del contexto social que es muy nuestro y que le da identidad diferenciada a esta ficción"*.

En cuanto a la incursión de TNT en la producción de contenido local, señaló: *"En Turner sabemos que tenemos posición de liderazgo en lo que es filmico y eventos en vivo; Oscars, Grammys, etc. Hace un par de años surgió el desafío de producir contenido original, pero sabíamos que no lo podíamos hacer solos y que era necesario asociarnos con players que cuenten no solo con el know how, sino que nos aporten algo que se distinga del promedio y que nos permita generar productos televisivos con altos estándares de calidad en lo que refiere tanto a la factura visual como al despliegue de recursos técnicos"*.

Por último, añadió: *"Venimos coproduciendo a nivel local en los principales mercados de América Latina: Brasil, México y Argentina; con distintas modalidades, plataformas y/o formatos. En cuan-*



Mariano César

to al caso argentino, es interesante que Cablevisión se haya incorporado al proyecto. Eso suma a la hora de ofrecerle al usuario diferentes plataformas y vehículos para que accedan a los contenidos". Por su parte, Antonio Álvarez, Director de Programación de Cablevisión, manifestó la importancia del acuerdo para elMSO, el cual le otorgará a sus usuarios la posibilidad de poder ver contenido de calidad con producción local "donde quiera y cuando quiera".

Adrián Suar, Director de Programación de El Trece y director artístico de Pol-ka Producciones, expresó: *"Hoy no importa tanto la plataforma en donde se emita un programa, sino que el nivel de producción sea impactante y la trama sea atractiva. La fragilidad de los cuerpos combina una historia sólida y contundente, actores de primer nivel y los mejores recursos profesionales y técnicos"*.



Palacios - De Dominici- Suar

NHK
WORLD
TV



COCINA



VIAJES Y CULTURA

Su puerta a Japón y al resto de Asia



NOTICIAS



SUMO

Contacto Miyuki Nomura
Representante de NHK WORLD para América Latina
mail@miyukinomura.com

nhk.jp/nhkworld

Amplia oferta de señales

La emisora española apuesta a reforzar su distribución en el continente americano incorporando nuevos canales.



María Jesús Pérez

A la reciente llegada a América Latina de TVE Star HD, el canal que ofrece contenidos de ficción y entretenimiento para toda la familia, se agrega la propuesta infantil Clan, la cual estará disponible en la región en las próximas semanas. De esta forma, serán ahora cuatro las señales que conforman el paquete que RTVE ofrece en la región, ya que

ambas se suman a TVE Internacional, el canal generalista en español que ya lleva 27 años en el mercado y 24 HORAS, el canal temático todo-noticias con información, debates, entrevistas y espacios de actualidad.

En cuanto a Clan, se trata de la versión internacional del canal infantil líder en España dirigido principalmente a niños hasta los 12 años, haciendo foco en las franjas de 2 a 4 y 4 a 7, a quienes irá destinado el 82% de los contenidos. El canal cuenta con una programación que incluye series y shows en directo orientadas a potenciar la imaginación y la creatividad de los niños. Asimismo, intenta transmitir valores sociales, tales como la tolerancia, la amistad, la solidaridad y el compañerismo.

María Jesús Pérez, Subdirecto-

ra de Venta de canales de RTVE, señaló: *"Trabajamos para estrechar vínculos con nuestros distribuidores y mejorar la experiencia de nuestros espectadores y en la promoción de nuestros contenidos, así como para consolidar nuestra posición como el mayor proveedor de contenidos españoles para toda la familia, siempre con el sello de calidad de la Corporación RTVE."*

Nuestro objetivo más inmediato es ampliar nuestra red de distribuidores para el paquete de RTVE en toda Latinoamérica y preparar el lanzamiento de Star y Clan en los EEUU y Canadá. Estamos muy próximos al lanzamiento de Clan en Colombia, cuya fecha definitiva daremos a conocer en breve," completó.

star HD
tve

24h

tve

clan

Food Network está de estreno

Llegan a la pantalla de la señal de lifestyle una nueva serie, nuevas temporadas y celebración de Día Internacional del Chocolate.

El martes 11 de julio será el día del estreno de Comidas Exóticas: Destinos Deliciosos por la pantalla de Food Network. Allí, el chef Andrew Zimmern viaja por el mundo explorando los deliciosos e icónicos alimentos que definen cada lugar, y descubriendo las historias y los secretos que se esconden detrás de los

clásicos de la gastronomía internacional. En tanto que a partir la última semana de junio, los televidentes de la señal podrán acceder a nuevas temporadas de algunos de sus programas: el Lunes 26 de junio, el concurso de cocina Chopped: Eliminado estrena nada más ni nada menos que la temporada 19. De la mano de su legendario conductor, Ted Allen, llega una nueva edición del ya clásico certamen. Es un apasionante concurso de habilidad y experiencia, en el cual solo un chef sobrevivirá a la tabla de picar y será consagrado ganador.

El Sábado 1 de julio es el turno de la tercera temporada de Otra Copa con Jack Maxwell. En esta temporada, Jack

seguirá buscando las bebidas más interesantes del mundo y a las personas que las beben. Esta misión lo llevará desde el Tongba -bebida de mijo que impulsa a los Sherpas para arriba y para abajo del Himalaya- y el Raki -cóctel que revive el fuego en la Turquía moderna- hasta el Schapps de musgo, que tal vez sea hecho por los míticos Hiddenfolks de Islandia.

Para los golosos, el viernes 7 de julio Food Network celebra el Día Internacional del Chocolate con un Especial que incluye sus series Cara a cara con Bobby Flay, Cocinando con Ina Garten Giada en Casa y El Gran Apetito de Guy.



La segunda temporada de Animal Kingdom

La trama toma la historia de la temporada inicial, profundizando el camino que toma el protagonista, quien afronta nuevas amenazas.



La nueva temporada de Animal Kingdom estrena llega a la pantalla de AMC. En medio de la preparación del próximo golpe del clan Cody, la dinámica familiar se ve alterada cuando algunos miembros quieren independizarse de Smurf.

Animal Kingdom es un remake de la película australiana Animal Kingdom y fue desarrollada para la TV por Jonathan Lisco ("Halt and Catch Fire" y "Southland") y John Wells ("Shameless" y "The West Wing"). Cuenta la historia de Joshua "J" Cody, un joven de 17 años que luego de la repentina muerte de su madre, víctima de una sobredosis de heroína se ve forzado a contactar a su distante abuela, Janine

"Smurf" Cody.

Él fue protegido del clan Cody por años, por motivos que luego descubriría. Al frente de la familia está Smurf y la rodean Baz, su relativamente sensato brazo derecho a quien ella adoptó de adolescente; el pasivamente amenazador y mentalmente trastocado hijo mayor, Pope, quien acaba de salir de prisión; su rudo, hiperactivo y drogadicto hijo segundo Craig, y el apesadumbrado y sospechoso Deran, el pequeño del clan.

"J" pronto descubre que todos ellos se ganan la vida mediante "trabajos" criminales cuidadosamente planeados. Además se entera de que Smurf es una matriarca intensa, imponente y complicada, quien rige la vida de "sus muchachos" con un amor que bordea lo incestuoso. Así, el unirse a esta familia implica tal vez mucho más peligros y emociones fuertes que las que "J" está preparado para enfrentar.

En la segunda temporada los vínculos de "J" con el resto del clan se fortalecen mientras otras conexiones se quiebran. En medio de la preparación del siguiente gran golpe, algunos miembros buscan independizarse de Smurf. Y para añadir más leña al fuego, una amenaza externa del pasado

de Smurf regresa para acosarla.

Además, un nuevo personaje se suma el drama de la familia Cody. Lucy, interpretada por la colombiana Carolina Guerra, es la sencilla y atractiva amante de Baz que vive con su hijo en México y hermana de Marco, un traficante de drogas que tiene historia con la familia Cody.

El elenco está encabezado por la flamante actriz ganadora de premios Tony, Ellen Barkin como Janine "Smurf" Cody, la matriarca del clan. El resto de la familia se conforma por Finn Cole (Peaky Blinders, An Inspector Calls) como Joshua J Cody; Scott Speedman (Barefoot, My Life Without Me) como Barry "Baz" Blackwell; Shawn Hatosy (Public Enemies, "Fear the Walking Dead") como Andrew "Pope" Cody; Ben Robson ("Vikings", The Boy) como Craig Cody; Jake Weary (Chicago Fire, "Pretty Little Liars") como Deran Cody y la participación de Molly Gordon ("Orange is the New Black") como Nicky Belmont. Cuenta con la producción ejecutiva de Jonathan Lisco ("Halt and Catch Fire" y "Southland") y John Wells ("Shameless" y "The West Wing") para John Wells Productions. Además, cuenta con la co-producción de Warner Horizon Television.

Los Premios Tony se vivieron por Film & Arts



La gran noche de Broadway, con la entrega de los premios Tony, fue transmitida en vivo y en directo por Film &

Arts. Pocos días después, el canal volvió a emitir la ceremonia, con subtítulos en español, acompañado de entrevistas exclusivas a los protagonistas.

Kevin Spacey cantó, bailó y actuó en la espectacular apertura de los Premios Tony realizada en Radio City Music Hall, Nueva York. Tina Fey, Scarley Johansson, Josh Gad, Orlando Bloom, Stephen Colbert, Taraji P. Henson, Anna Kendrick y Keegan Michael-Key, entre otras estrellas, presentaron a los ganadores.

Dear Evan Hansen ganó el premio al

mejor musical, mientras que Oslo fue la mejor obra de teatro y Hello Dolly, el mejor reestreno musical. Ben Platt y Bed Middledler, los favoritos.

La cobertura especial de Film & Arts incluyó cápsulas con grandes personajes en Nueva York como Glenn Close, quien está protagonizando Sunset Boulevard en Broadway; Irene Sankoff y David Hine, creadores de Come From Away y ganador de un premio Tony a mejor orquesta por la misma obra Alex Lacáimore; y Jordan Roth, productor de Present Laughter, entre otros.

Llega a la Argentina Crackle, de Sony

CRACKLE
A Sony Network

El novedoso servicio se lanza en el país de la mano del operador Gigared, de fuerte presencia en las provincias del noreste.

Sony Pictures Television Networks Latin America y Gigared, operador del noreste de Argentina, anunciaron el lanzamiento de Crackle, el servicio SVOD autenticado de Sony Pictures Television Networks, en la plataforma de este sistema. A partir de este lanzamiento, los usuarios de Gigared podrán suscribirse inmediatamente a Crackle y disfrutar del servicio sin interrupciones comerciales a la gama selecta de contenidos de entretenimiento bajo demanda que el servicio ofrece. Crackle se encuentra disponible para los abonados de Gigared en las ciudades de Paraná, Santa Fé, Corrientes, Resistencia y Posadas. El servicio tiene un costo de 55 pesos al mes.

"Este nuevo acuerdo nos permite por primera vez llevar a Crackle al territorio argentino, y proveerle a Gigared un servicio llave en mano que abre la puerta para que pueda brindarle a sus suscriptores algunos de los mejores contenidos del mundo, con la mejor tecnología,

para disfrutar en el momento, lugar y dispositivo de su preferencia", señaló José Rivera Font, Vicepresidente y Gerente General de SPT Digital Networks Latin America.

"Es para nosotros un placer poder brindar a nuestros suscriptores acceso a nuevas formas de entretenimiento que se adaptan a las cambiantes formas de consumo que las audiencias de hoy exigen y esperan de su operador", subrayó por su parte Carlos Granzotto, Gerente General de Gigared.

"Crackle complementa nuestra oferta televisiva con una amplia gama de populares series originales, programas de televisión y películas on demand que nuestros clientes ahora pueden disfrutar en la plataforma de Gigared o en su dispositivo favorito", agregó.

La oferta de contenido exclusivo del servicio autenticado de Crackle incluye series originales como Preacher, StartUp, El Arte de la Ambición, SuperMansion y

Powers, así como temporadas completas de algunas de las series más populares de la TV Paga como Mentales Criminales, Scorpion, Código Negro, NCIS: Criminología Naval, Crimen Americano y Blackish, entre otras. También hay películas.



DHE, con grandes cambios en esta nueva etapa

Después de la gran aceptación que se ha alcanzado con el lanzamiento de la nueva imagen del canal a principios de este año, donde se han recibido muy buenos comentarios tanto de los operadores como de los televidentes, quienes estuvieron conectados a través de redes sociales compartiendo todas las novedades, DHE lanzó su más nueva actualización.

En este caso se trata de DHE sin cortes,

donde el televidente tendrá la oportunidad de sentarse en su hogar a disfrutar sus contenidos favoritos, tanto películas como series, sin cortes comerciales. El cambio se da como parte del avance del canal hacia un fortalecimiento en su desarrollo Premium.

"Este cambio favorece de igual manera a nuestros anunciantes quienes podrán aprovechar este fortalecimiento para pautar en los espacios entre películas,

en un enfoque más exclusivo que además de segmentar más su target, les dará a sus marcas un sentido mucho más especial", aseguraron desde la señal.

Mayo fue el mes seleccionado para este lanzamiento, que hace parte de una estrategia de fortalecimiento del canal DHE para consolidarse como una de las mejores alternativas de entretenimiento en Latinoamérica.



NHK, con más programas subtítulos en español



El canal que trae lo mejor de la cultura de Japón y oriente informó que desde junio amplió a 25 la cantidad de programas subtítulos en idioma español. Si bien la modalidad está presente en la señal desde hace dos años, ahora son más los ciclos que cuentan con esa característica.

Por otra parte, NHK anunció que pondrá el foco en acciones de marketing más orientadas a los televidentes. En ese sentido, incrementará el uso de las redes sociales como Facebook,



Twitter e Instagram, para complementar los mensajes que cursa a través de medios más tradicionales.

También hay anuncios específicos

para Argentina. El más reciente es el acuerdo de distribución alcanzado con TeleRed, que le permitirá al canal incrementar su distribución en este territorio.

Respecto de la programación, los ejecutivos de la señal puntualizaron que, en la medida que se acerca la fecha de los Juegos Olímpicos y Paraolímpicos de Tokio 2020, los programas acerca de los atractivos turísticos y culturales del país irán ganando presencia en la pantalla.

PROGRAMAS ÚNICOS | GRANDES PRODUCCIONES
LA LIGA ITALIANA DE FÚTBOL



**DON
MATTEO**

DISFRUTE DE LAS MEJORES SERIES ITALIANAS.

CONTACTOS:

CNN, atenta a los procesos comerciales



El área comercial de CNN International informó que invierte en herramientas de análisis de datos e inteligencia artificial, con el fin de innovar la manera en que los publicistas pueden asociarse con el canal, para la realización de campañas panregionales y digitales que sean medibles, sin importar la plataforma en la que se hayan implementado. Estas capacidades reflejan la forma en la que CNN trabaja actualmente con

publicistas en opciones predominantemente multiplataforma, en un ambiente de intercambio panregional. Dentro del área comercial de CNN International se ha establecido un nuevo centro de excelencia de Audiencias y Datos, reemplazando la función de investigación con enfoque lineal, que se ha basado tradicionalmente en encuestas para comprender a las audiencias. Liderados por el científico de datos,

Mark Sear, que se une a CNN proveniente de la Consultora EMC, el grupo de Audiencias y Datos, utilizará los datos para encabezar la innovación en las diversas áreas de negocios internacionales de CNN y proveer soluciones novedosas, basadas en evidencia, para los clientes de CNN International.

Más atletas argentinos confirmados para el Body Issue de ESPN

El basquetbolista de San Lorenzo Selem Safar y la atleta marplatense Belén Casetta se suman a la nómina.

Al igual que la garrochista Noelina Madarieta, otra oriunda de Mar del Plata como Belén Casetta, cuya especialidad es 3000 metros con obstáculos, también se suma a la tercera edición del Body Issue de ESPN, que estrenará en pocas semanas.

"Quise participar de esta producción para demostrar que el cuerpo de las deportistas es muy diferente al cuerpo de las modelos. Y también para derribar barreras, ya que muchas deportistas tienen complejos por sus físicos marcados," comentó la atleta.

Belén, marplatense de 22 años, se con-

virtió en la undécima protagonista del especial Body Issue 2017 de ESPN. Ella es campeona iberoamericana, título conseguido el año último en Río de Janeiro, con récord nacional, que le valió precisamente la clasificación a los Juegos Olímpicos de Río 2016, siendo la primera argentina en correr esa prueba en una cita olímpica (finalizó 43ª).

Poco antes se había conocido también la participación del basquetbolista de San Lorenzo de Almagro Selem Safar.

"Me sentí cómodo, me gustó y lo pude disfrutar mucho. En el deporte de alto rendimiento es indispensable cuidarse, alimentarse bien y entrenar fuerte... Y eso te armoniza el cuerpo, porque prácticamente estás todo el día entrenando", aseguró.

Safar, de 1,92m, surgió en Quilmes de Mar del Plata y también es oriundo de esa ciudad. Pasó por varios e importantes clubes argentinos y defendió los



colores nacionales en juveniles y en la selección mayor en un Mundial, Pre-mundial y Preolímpico, entre otras competiciones.

"El entrenamiento en el básquet te exige trabajar mucho las piernas y también el torso, por eso decimos que nuestro deporte es muy completo," concluyó.

Esta tercera edición de Body Issue se prepara con todo para mostrar las mejores producciones artísticas de deportistas de diversas disciplinas y países.

Stingray adquirió Yokee Music



Stingray Digital Group Inc., uno de los principales proveedores de servicios musicales multiplataforma, anunció recientemente la adquisición de Yokee Music LTD, una empresa con sede en Israel que ofrece tres aplicaciones de música clasificadas regularmente entre las 10 primeras de la categoría de música en 100 países: Yokee, Yokee Guitar y Yokee Piano. En conjunto, estas aplicaciones superaron los 80 millones de descargas en cuatro años y cuentan con cuatro



Eric Boyko

millones de usuarios mensualmente, con más de 50% de crecimiento anual. Con la compra de Yokee Music -una empresa líder en el desarrollo de aplicaciones musicales interactivas de gran éxito y popularidad- Stingray se beneficiará de la experiencia de la empresa en el

desarrollo y la optimización de aplicaciones móviles, aumentará su portafolio de productos dirigidos a los consumidores y conectará con jóve-

nes fanáticos de la música en todo el mundo.

Yokee, la aplicación de karaoke emblemática de Yokee Music, permite a los usuarios expresar su creatividad y compartir su pasión por la música con familiares y amigos. Dicha aplicación complementa los servicios de karaoke con que Stingray cuenta en la actualidad, Stingray Karaoke y The KARAOKE Channel, abriendo así la puerta a oportunidades para la creación de contenido de gran sinergia y el crecimiento de la línea de productos de karaoke.

Nuevas temporadas en Warner Channel



*Se emitirán semanalmente episodios dobles.
Ambos ciclos suman fanáticos en la región.*



La supervivencia es el factor común que une a Supernatural y The 100. Aunque con distintos matices, las historias de ambas series son un recorrido por el derrotero de aquellos que son capaces de arriesgar sus propias vidas con el objetivo de salvar a la humanidad. Algunos lo hacen combatiendo a espectros diabólicos en la lucha del bien y el mal, mientras que otros deben sobrevivir al exterminio de la población luego de un apocalipsis nuclear que aniquiló a los habitantes del planeta. Una tarea que en ambas series se cumple con esfuerzo, grandes dosis de peligro, superando obstáculos a cada instante, y que Warner Channel las reúne en los estrenos de sus nuevos ciclos.

Todos los miércoles en emisión doble, llega desde junio la duodécima temporada de Supernatural, mientras que los jueves, también con capítulo doble, es el turno de la tercera entrega de The 100.

En Supernatural, los hermanos Sam (Jared Padalecki) y Dean Winchester (Jensen Ackles) llevan años combatiendo a extrañas fuerzas oscuras, en batallas entre el cielo y el infierno que incluso llevaron a Dean a morir y a regresar convertido en un demonio. Porque en Supernatural todos los problemas y disputas tienen que ver con ángeles, fantasmas, vampiros, arcángeles, dioses, hombres lobo, brujas y todo tipo de criaturas fabulosas que llevan los conflictos hacia amenazas sobrenaturales y en donde cada victoria lleva un precio que a veces es difícil de pagar.

La historia de The 100 se basa en lo ocurrido en el año 2052, cuando una guerra nuclear destruyó a la población



y contaminó sus recursos naturales con radiación. Los únicos sobrevivientes a este verdadero holocausto fueron las tripulaciones de 12 estaciones espaciales internacionales que orbitaban la Tierra. Reunidos en El Arca, esta colonia se mantuvo con vida durante casi 100 años, pero en un ambiente opresor, restringido y lleno de control social. Con recursos escasos y sistemas colapsados, la solución es volver a los orígenes. Para esto se envía a un grupo de 100 jóvenes convictos, considerados prescindibles, para ver si es posible regresar a la Tierra. Si no lo es, morirán, pero si tienen éxito, la recompensa será la absolución de sus supuestos crímenes.

Más de Los Petersen, por El Gourmet



El canal anunció el inicio de la producción de la nueva temporada de uno de sus shows más populares.

El Gourmet confirmó la producción de la segunda temporada de "Los Petersen. Recetas Caseras". La dupla más característica del canal, los hermanos Christian y Roberto Petersen, regresarán con 22 nuevos episodios llenos de recetas prácticas sazonadas con años de experiencia en la cocina y anécdotas familiares.

Los hermanos pondrán en la mesa los mejores platos para todos los días. Propuestas de carnes y pescados al horno, parrilla o al horno de barro, las mejores ensaladas para acompañar, deliciosas recetas de pastas y las mejores entradas.

Esta nueva entrega tendrá su inconfundible estilo: Christian con recetas prácticas y tentadoras, mientras que Roberto con recetas increíbles un poco más elaboradas. En cada episodio ambos comparten un mismo espacio, sus anécdotas y mejores secretos de cocina.

"El Gourmet celebra la pasión por la cocina y atrae a una amplia variedad de audiencias para cumplir con nuestra promesa de hacer de la cocina un espacio para todos. Esta nueva temporada de 'Los Petersen. Recetas Caseras' tendrá recetas prácticas y desafiantes que atraparán la atención de nuestra audiencia más experimentada



Mandi Ciriza

como aquellos levantando sus primeros utensilios de cocina", aseguró Mandi Ciriza, SVP SVP de Programación y Adquisiciones, Canales de Estilos de Vida. La producción y grabación de la nueva serie está a cargo de AMC Networks International – Argentina: Verónica Rondinoni (Jefa de programación), Lucas Hernández en la coordinación de producción y Zöe Kline como auxiliar de producción. La producción gastronómica está a cargo de Gastón Vázquez. "Recetas de Familia" constará de 22 episodios de 25 minutos cada uno, grabados durante el mes de junio en Buenos Aires.

La serie millennial por excelencia llegó a I.Sat

El humor negro regresa a I.Sat con el estreno de Search Party, protagonizada por Alia Shwkat.



Dory es una joven neoyorquina frustrada que no está conforme con su vida ni con sus amistades. Su relación con Drew está estancada, se siente distanciada de sus amigos Portia y Elliot y comienza a cuestionarse sobre el círculo vicioso en el que se convirtieron sus días. La desaparición de Chantal Witherbottom, una ex compañera de universidad, la lleva a emprender una investigación descarnada que se mimetizará con la búsqueda de su verda-

dera identidad. Con un humor cínico y cruel, la serie Search Party, que acaba de estrenar I.Sat, muestra como Dory convierte a sus amigos en detectives aficionados, superando sus propios prejuicios y exponiendo la precariedad de las relaciones humanas, en una búsqueda con riesgos.

Estos son los personajes destacados: Dory (Alia Shwkat, Arrested Development) es una aparentemente frágil joven, que no encuentra satisfacción en su vida ni se siente orgullosa con las cosas que hay hecho. Alejada de sus amigos, en una relación amorosa desgastada encuentra motivación en la búsqueda de una ex compañera universitaria desaparecida a la que nadie busca.

Drew (John Reynolds, Stranger Things), es el novio de Dory. Su relación no pasa por el mejor momento. A pesar de su

dulzura, Dory no se siente escuchada ni comprendida por él.

Portia (Meredith Hagner, Veep / Men at Work) es una joven que no se caracteriza por su gran capacidad de razonamiento. Estereotipo de muchacha despreocupada y sin mucho cerebro. Su personalidad frívola junto con su trabajo de actriz la llevan a sentir una constante necesidad de atención.

Elliot (John Early, Your Main Thing) es un manipulador nato. Narcisista hasta el extremo. Ama, pero exige ser amado bajo sus propias condiciones. Usuario constante de las redes sociales, donde contabiliza con "me gusta" el valor de su existencia.

Julian (Brandon Michael Hall), es el ex novio de Dory, que aún no puede olvidar. Periodista de profesión, ayudará en la búsqueda de Chantal poniendo a prueba los sentimientos de su ex novia.

LN+ amplía su alcance y llega a más hogares

La señal de noticias del grupo La Nación comenzó a emitir por Cablevisión HD, TDA y Telecentro.

Gracias al crecimiento de su distribución, la señal de noticias LN+ no solo puede encontrarse en DirecTV y en Cablevisión Digital, sino también en el servicio de alta definición HD, la aplicación Flow, el sistema TDA del gobierno nacional y el canal 705 de Telecentro. De esta manera, los usuarios podrán disfrutar de los contenidos informativos y de análisis de LN+ a través de estos servicios de televisión.

Desde el 23 de mayo, el canal comenzó a emitir por la TDA en el canal 25.3. En principio, se encontró en una etapa de pruebas técnicas y, a partir del lunes 29 de mayo, está disponible para todo el

país. Además, en las próximas semanas, otros canales de noticias se incorporarán a la antena de Televisión digital terrestre de Argentina, a partir de un plan anunciado de actualización de la grilla. A partir de mediados de mayo, LN+ comenzó a emitir por el servicio de HD y por la plataforma digital Flow de Cablevisión, canal 618. También seguirá encontrándose en la prestación Digital de la compañía, por la señal 19. Además, desde el 1° de junio, ya puede verse en el canal 705 de Telecentro.

Con una programación que combina noticias, análisis y una gran diversidad de formatos televisivos, LN+ reafirma su apuesta al periodismo de calidad.

De lunes a viernes, Dolores Cahen D'Anvers y Juan Miceli conducen LN+PM, el noticiero central de la señal, que reúne toda la información y el análisis de los temas más importantes, de la mano de los mejores periodistas de La



Nación. A su término, sigue Análisis PM, un espacio dedicado a profundizar en la actualidad, con la mirada de los analistas más importantes.

Otros programas diarios son el noticiero +Despiertos, de 7 a 10 de la mañana, conducido por Eleonora Cole y Diego Sucalesca, y Terapia de noticias, con Diego Sehinkman, que se emite a las 21 y cuenta con los mejores columnistas e invitados para debatir los temas más calientes de la actualidad.

WKD

Cable Enterprises LLC

Conectores



Power Pooring Tips



Powerful Satellite Receiver



U10C019



LAN to Patch Cords



Routers



Signal Level / GAN Meter / BIZ



Highbridge 1GHz



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



SB6120 x SB6140



1.2M, 1.8M, 2.4M & 3M



SB6120 x SB6140

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



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



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



Ubee DDW3611
Docsis 3.0 Inalambrico 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
wkd@skype.com

Contáctenos:

www.wkdcable.com

Nicoletta Polizzi

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

Verimatrix y las claves de la transformación



La empresa analizó todos los aspectos de esta nueva etapa en la cual los contenidos se distribuyen de diferentes maneras.

Para analizar la situación de la industria del cable frente a los servicios OTT y demás vías de distribución IP, Verimatrix, la compañía especializada en CAS (conditional access system), ofreció una sesión interactiva para explicar cómo los operadores latinoamericanos están migrando del cable tradicional hacia servicios de televisión IP avanzados multi-plataforma y multi-dispositivo con soporte para gestión de derechos multi-DRM. Entre los expositores estuvieron Gustavo Lerner, director regional de Verimatrix, y Ariel Barlaro, VP Americas de Dataxis. Este último hizo una reseña histórica, que comenzó en 2007, con la aparición de Netflix en Estados Unidos, lo cual marca la aparición de la categoría OTT VOD.

Luego hizo un repaso de cómo fue la evolución de este tipo de servicios en América Latina: "Si consideramos solo los principales 9 países de la región, en 2011 había 3 plataformas, en 2012, se duplicaron a 6, en 2013 crecieron a 8, en 2014 subieron a 14, en 2015 a 25 y en 2016 a 34, de acuerdo con el tracking de TV Everywhere Dataxis".

Luego estableció cinco claves para la

migración a servicios IP:

Independencia de la red física: la implementación de una solución IP de futuro debe ser independiente del medio de transmisión. El mundo IP nació digital y supo adaptarse a las distintas redes existentes.

Ser agnóstico a los dispositivos: proporcionar compatibilidad multiplataforma y soporte para cualquier dispositivo y estar listo para adaptarse rápidamente a las evoluciones tecnológicas.

Desplegar modelos de negocio escalables: invertir en servicios de televisión con funcionalidades avanzadas.

Implementar una estrategia de protección robusta y sensible (Multi-DRM): cumplir con las condiciones de licencia de contenido Premium evitando el acceso de piratas mediante tecnologías de protección avanzadas.

Integrar un amplio ecosistema de socios: no atarse a un solo partner tecnológico. Elegir socios que proporcionen flexibilidad y agilidad para adaptarse a los cambios de la industria.

El caso Cablevisión

Otro capítulo fue el referido a la implementación en el más importante MSO argentino, Cablevisión, para su servicio Flow. "Con la ayuda de un administrador de cuentas técnico de Verimatrix, Cablevisión Argentina pudo pasar de la prueba del concepto al lanzamiento en un plazo de un año. Ahora cuenta con un robusto servicio de TV Anywhere Anytime con protección a través de las redes administradas de IPTV y OTT, ampliando así su alcance utilizando una sola plataforma de autoridad de protección. La impecable y atractiva interfaz de usuario está atrayendo nuevos suscriptores al servicio y está escalando el negocio como estaba previsto", destacaron desde Verimatrix.

Se utilizó una potente combinación de soluciones y servicios de Verimatrix para lanzar la oferta de suscrip-



Gustavo Lerner

ción mejorada:

- VCAS para Broadcast Hybrid

Solución de protección de ingresos multired que permite la combinación de RF y multicast lineal, y streaming de entrega de contenido bajo demanda.

- MultiRights OTT

Gestión integrada de derechos para DRM de terceros a través de múltiples dispositivos.

Administrador técnico de cuentas.

El personal de servicios profesionales de primera categoría designado específicamente a Cablevisión Argentina para abordar y escalar problemas desde la prueba del concepto hasta la puesta en marcha.

De esa manera, pudieron afrontarse todos los desafíos planteados en este proceso:

- Ofrecer una experiencia de visualización continua y de alta calidad, con funciones profesionales de interfaz de usuario y un motor de recomendaciones personalizadas.

- Armonizar los derechos de acceso de los suscriptores a través de diferentes redes, pantallas y ubicaciones, permitiendo así una experiencia de usuario ininterrumpida.

- Cumplir con las estrictas condiciones de concesión de licencias para el contenido premium y evitar el acceso ilícito al contenido.



¡BUENAS NOCHES AMÉRICA!



Dondequiera que estén, millones de televidentes nos eligen cada día. Los mejores contenidos de **ficción, información y entretenimiento** con la más alta calidad y tecnología.

Desde Argentina, para toda Latinoamérica.

Departamento Venta Señales
5411 4370 1395 | 5411 4339 1541



Contenidos que conectan



La segunda convocatoria de "Cortos" tiene un ganador

Organizado por *Ánima Estudios* y *Cartoon Network*, el concurso busca incentivar el desarrollo de nuevos talentos.



Ánima Estudios y Cartoon Network América Latina anunciaron el ganador de su concurso de animación "Cortos", que en su segunda edición convocó un total de 172 proyectos de talentosos artistas de entre 18 y 46 años, residentes de 17 países latinoamericanos.

"Ram, Pam, Dam" de Gino Baldeon, Gustavo Castellanos y Miguel Ángel Vélez, de Ecuador, resultó el proyecto ganador. Anima Estudios producirá un primer corto de la serie, que podrá ser exhibido en plataformas de Cartoon Network, y los ganadores recibirán también un premio en efectivo. La convocatoria, que lanzó en febrero de este año y se extendió hasta fines de abril, se enfocó en la categoría de Serie de Cortos con episodios de hasta 3 minutos de duración, centrados



en el género de Comedia y dirigidos a niños y niñas de 7 a 12 años de edad, en línea con la propuesta de contenido del canal y del estudio de animación.

Al igual que en la primera edición del certamen en 2016, se trató de un arduo proceso de selección debido a la calidad y variedad de las propuestas provenientes de Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú y Uruguay,

entre otros países. El proyecto ganador se destacó por el mejor concepto, diseño, historia, personajes y técnica.

"Estamos felices de la gran recepción que tuvo la convocatoria. Nos sorprendió el enorme número de proyectos, así como la calidad de los mismos, los cuales reafirman la extraordinaria capacidad creativa de los artistas latinoamericanos", comentó José C. García de Letona, vicepresidente del estudio mexicano.

"En Cartoon Network, nos sentimos recompensados por la enorme respuesta de este segundo concurso y estamos contentos de seguir apoyando la animación y el talento latinoamericano", dijo Hernán La Greca, director creativo senior de producción original para Cartoon Network, Boomerang y Tooncast Latinoamérica.

Finalizó la grabación de Un gallo para Esculapio

La producción de Underground, con Peter Lanzani y Luis Brandoni, se estrenará este mismo año por TNT, Telefe y Cablevisión.

Culminaron finalmente las grabaciones de Un gallo para Esculapio, la nueva producción de Underground y TNT, junto a Boga Bogagna con el apoyo del INCAA, producida por Sebastián Ortega, y escrita y dirigida por Bruno Stagnaro. Con los protagonistas de Luis Brandoni y Peter Lanzani.

La serie será estrenada en 2017 por TNT en Argentina y Latinoamérica, en conjunto con Telefe -canal de aire que también tendrá a su cargo la distribución internacional- y Cablevisión.

Un gallo para Esculapio sorprenderá en cada uno de sus 9 capítulos (el primer

capítulo doble), con un novedoso relato alrededor de las riñas de gallos y de los piratas del asfalto en el conurbano bonaerense, grabada en locaciones reales y con un gran elenco.

Esta producción narra la historia de Nelson (Peter Lanzani), un muchacho humilde que viaja desde el interior trayéndole un gallo de riña a su hermano. Pero al no poder encontrarse con su familiar, el joven emprende su búsqueda por el difícil escenario del conurbano bonaerense. Siguiendo las pistas sobre el paradero de su hermano, Nelson se vincula con Chelo Esculapio (Luis Brandoni), gallero y jefe de una banda de piratas del asfalto. Pronto, comenzará a sospechar que este personaje está vinculado con la desaparición.

Decidido a descubrir qué pasó con su hermano, Nelson se infiltra en la banda de Chelo. En paralelo con la investigación, también tendrá una historia de amor con Estela (Eleonora Wexler), la



mujer de su hermano.

Pero el estallido de una violenta guerra entre bandas rivales de piratas del asfalto cambiará todo el panorama para Nelson, y así su camino de descubrimiento se convertirá en el principio de un nuevo viaje que lo cambiará para siempre.

Un gallo para Esculapio cuenta con un gran elenco integrado por Luis Brandoni, Peter Lanzani, Luis Luque, Julieta Ortega, Ariel Staltari, Andrea Rincón y Eleonora Wexler, entre muchos otros reconocidos actores.



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

Nat Geo Kids en América Latina

Una propuesta con contenidos infantiles orientados a temas de ciencia y conservación del ambiente, entre otros, y disponibles en diversas plataformas.



A partir del sábado 1 de julio en los países de habla hispana de América Latina y el viernes 1 de septiembre en Brasil, una de las marcas de entretenimiento más reconocidas a nivel mundial, National Geographic Partners, presenta Nat Geo Kids, una nueva propuesta para estimular la creatividad y despertar la curiosidad de los más chicos.

Construido sobre los pilares del líder mundial en exploración y creado con el espíritu de National Geographic, Nat Geo Kids nace como un destino multiplataforma para que niños de cuatro a siete años puedan disfrutar contenidos de ciencia, exploración, aventura y conservación en un am-



biente seguro. Desde su hogar y en todo momento a través de cualquier dispositivo, on y off line, Nat Geo Kids pone al alcance episodios completos, videos, juegos e imágenes para acompañar el crecimiento de un público inquieto y curioso.

"Nat Geo Kids nace como una propuesta para niños, pensada también para los padres. En la actualidad, los más pequeños comienzan a interactuar con una tablet o celular casi al mismo tiempo que lo hacen con sus juguetes; son parte de la touchscreen generation y nacieron con el poder de cambiar el mundo con el simple movimiento de su dedo índice", dijo Diego Reck, SVP y Chief Marketing Officer de FOX Networks Group Latin America.

"En National Geographic creemos que el cambio hacia un mundo mejor es posible, por esta razón asumimos el compromiso de estimular estos valores desde la infancia con una propuesta de contenido responsable y un destino de entretenimiento seguro en el que los padres puedan confiar. Nuestra misión es despertar la curiosidad de los niños para que compartan un tiempo con Nat Geo Kids y ¡muchas horas explorando el



Carlos Martinez

mundo!"; agregó el ejecutivo.

Con la mejor programación para niños que combina ciencia, naturaleza y diversión, Nat Geo Kids llega a América Latina con nuevos programas exclusivos que incluyen, entre otros contenidos destacados, a producciones originales y éxitos internacionales animados como "Las Aventuras de Blinky Bill" que destaca la vida silvestre con el encantador koala Blinky y su amigo, el lagarto Jacko; "Ready Jet Go!" que desarrolla el interés en la exploración científica espacial y donde tres amigos se embarcan en grandes aventuras para explorar el sistema solar.

MTV presentó a Cawi, su nueva VJ



MTV anunció la incorporación de Carola "Cawi" Blaskey como VJ desde Argentina. Con su fresca y desenfadada, Cawi estará al frente de MTV News para acercar las últimas noticias sobre música y tendencias a la audiencia del canal en sus múltiples plataformas. Además, se la podrá ver en entrevistas con artistas y bandas nacionales e internacionales, en la cobertura de red carpets de las premiaciones y en los mejores festivales de entretenimiento. Nacida en una casa del barrio de San Isidro donde reina la música clásica, Cawi generó desde muy chica un vínculo muy especial con la música. A medida que fue creciendo se inte-

riorizó con el rock y pop con artistas como Queen, Led Zeppelin, The Doors y Britney Spears. Con tan solo 23 años, la nueva cara de MTV se autodefine como amante de la música y adicta a Instagram.

A los 12 años comenzó su carrera en la industria del entretenimiento como modelo pero encontró un nuevo amor detrás de la lente y empezó a estudiar fotografía. Cawi es una millennial atípica: prefiere leer un libro en papel que en la tablet, y entre sus autores favoritos está el japonés Murakami. Si tiene que hablar con una amiga, levanta el teléfono antes de escribirle por WhatsApp. "Stranger Things" y "L.O.V.E" son



sus series de cabecera.

Cawi se suma así, a los VJs actuales de MTV: Jimmy Sirvent, Pame Voguel y María Giraldo.

11 AL 13 DE JULIO • WTC • CIUDAD DE MEXICO

CONVERGENCIA SHOW.mx 2017

11 | 12 | 13 DE JULIO

5000M²
DE EXPOSICIÓN

24HS
DE CONFERENCIAS
Y WORKSHOPS

Telecomunicaciones _

Convergencia _

TV Paga _

Redes _

nPlay _

Satélites _

OTT _

ACREDÍTESE EN FORMA GRATUITA

¡NUEVO FORMATO DE EXPO-CONVENCIÓN!

9:00 A 12:00 / CONFERENCIAS Y WORKSHOPS

Donde especialistas ofrecerán workshops y conferencias destinados a la capacitación y aplicación de nuevas tecnologías.

12:00 A 15:00 / BRUNCH NETWORKING

Un espacio relajado donde visitantes y expositores almuerzan mientras hacen networking y amplían sus posibilidades de contactos y negocios.

14:00 A 19:00 / PISO DE EXPOSICIONES

Apertura del market floor donde las principales empresas del sector exponen sus productos y servicios en un clima de negocios.



g

Turner, con novedades en distribución



Alex Gonzalez

Turner anunció dos nuevos ejecutivos que se suman a la división de Distribución de Contenidos. Tyler Moody fue nombrado en una nueva posición como Gerente General y Vicepresidente de Podcast Network, mientras que Alex Gonzalez se incorpora como Vicepresidente



Tyler Moody

Senior de Brand Distribution.

Tyler Moody está asumiendo una posición de liderazgo en un departamento recién creado para dirigir los esfuerzos de la compañía en desarrollar y crear un portafolio de podcasts en las marcas de noticias, deportes y entretenimiento de Turner. Entanto, Alex Gonzalez supervisará todas las funciones de administración de cuentas de los principales clientes de Turner, como Comcast, Dish, Verizon, Altice, PlayStation Vue y Google Fiber. En esta posición, será encargado de incrementar los ingresos, la comercialización y las oportunidades entre los socios de distribución de Turner.

g

Asotel eligió autoridades



La Asociación de Empresas de Telecomunicaciones (ASOTEL) de Venezuela informó que en la última Asamblea General de Asociados llevada a cabo durante el mes de mayo en la ciudad de Caracas fue electa la Junta Directiva de dicha Institución para el periodo 2017-2019, que quedó conformada por los siguientes miembros:

Presidente: Luis Gustavo Ovalles V., Director de Programación: Cesar Vásquez; Director de Finanzas: Julio Castellano O.; Director de Relaciones Institucionales: Ricardo Bracho; y Director de Proyectos y Planificación: Eduardo Ramírez.

"Como siempre, mantenemos la mejor disposición de continuar fomentando estrechas y fructíferas relaciones de trabajo, bajo los principios de transparencia y lealtad hacia nuestros Asociados en la procura de la obtención de cada vez mayores y mejores beneficios para el gremio," expresó la entidad en un comunicado.

a

agenda

Junio

21 y 22
Tepal
Hotel Riu Plaza - Ciudad de Panamá
Web: www.tepal.org

28 y 29
Encuentros Regionales
Centro de Convenciones ROSTOWER
Rosario - Santa Fe
Web: www.encuentrosregionales.com

Julio

11 al 13
Convergencia Show.mx
World Trade Center - México DF
Web: www.convergenciashow.mx

Agosto

9 y 10
Asunción Media Show
Sheraton Hotel - Asunción del Paraguay
Web: www.grupoisos.net

16 al 18
Expo Comunicar
Hotel NH Royal Park Metrotel
Bogotá - Colombia
Web: www.expocomunicar.com

Septiembre

5 al 7
Andina Link Costa Rica
Hotel Barceló San José Palacio
Costa Rica
Web: www.andinalink.com

19 al 21

Jornadas Internacionales
Hotel Hilton
Buenos Aires - Argentina
Web: www.atvc.org.ar
Web: www.cappsas.org

Octubre

20 al 22
Cable-Tec Expo
Denver - USA
Web: www.expo.scte.org

25 al 27
Caper
Costa Salguero - Buenos Aires
Web: www.caper.org.ar

Noviembre

21 y 22
Chile Media Show
Hotel Intercontinental - Santiago de Chile
Web: www.grupoisos.net



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
Año: 2017
Nro. 225

GL



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
25.26.27 | OCT
BUENOS AIRES • ARGENTINA



consultas@caper.org



www.caper.org



TENEMOS MILES DE RAZONES PARA
QUE NOS AGREGUES A TU PROGRAMACION

food
network



@foodnetworklatam



La receta del mejor entretenimiento

www.foodnetworklatam.com • © 2017 Scripps Networks, LLC. All Rights Reserved.

