



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

Jornadas Internacionales: **epicentro del debate**

Premios ATVC 25 años de calidad federal

Tecnología:

Abriendo puertas
al mundo IP

Entrevistas:

Cablevisión
Gigared

Informe:

Estadísticas regionales
de la TV Paga

RECETA DE SÁNDWICH DE VACÍO

- Condimentar el vacío con sal, pimienta y aceite de oliva.
- Sellar el vacío 7 minutos de cada lado a fuego fuerte.
- En una fuente incluir cebolla, zanahoria, morrón y sumar el vacío.
- Luego, tapar todo con cerveza negra y cubrir con papel aluminio.
- Llevar al horno a 180 grados por 2 horas.
- Desmenuzar el vacío y mezclarlo con las verduras.
- Terminar todo en un sándwich con pepinos agri dulces.



DESDE SUS INICIOS,
LOCOS X EL ASADO
HA LLEVADO A LAS
BRASAS MAS DE
3.850 KG. DE
CARNE



Un aplauso
al asador
x compartir

Estreno **22/09**

18:30 MEX/COL - 20:30 BS.AS.



@foodnetworklatam • foodnetworklatam.com



Asado perfecto

(BUTIFARRA CORDÓN + LEMBA SECA)
TEMPERATURA = CARNE DE CORDERO
TIEMPO = ASADO MEMORABLE

¿Cuánto comprar?

APROXIMADAMENTE



Temperatura perfecta

LA PALMADA DE LA MANO A LOS 3 CM.
SOBRE LA PARED LA, PODEROSO
MANTENIENDO SIN QUEMARSE

El fuego

PAPEL + RAMAS O MADERAS
CARBÓN + LEMBA + LEGUMINOSAS

ALPARGALLA
BOTTA Y BUCOSIA

VEZ MORADA

VIN ROSA

WINE COCCOLO
COCCOLO CAFFE

Locos X el Asado

Término perfecto

Algunos trucos fundamentales

Salmar la carne antes o después?

LOS QUE SALAN ANTES AGREGAN QUE EL CORDERO QUE SE FORMAN EN TIEMPO AZARIL.
LOS QUE SALAN DESPUES TIRAN QUE LA SAL AGREGA EL JUGO Y SECA LA CARNE.
150 ST, EN CANTIDADES CERO, SALA CON SAL CERO.

1. DESHONORAR LA CARNE DE FORMA GRADUAL.
2. SIN BUEN ASADO NO HAY NADA EL FUEGO, LO NACE LA BRASA.
3. NO TENGAS LA CARNE CON UN CORDÓN O EL TIEMPO.

Locos X el Asado

UN APLAUSO PARA EL ASADOR

LUEGO DE HABER CONQUISTADO EL MUNDO DIGITAL, "LOCOS X EL ASADO" SE PREPARA AHORA PARA CAUTIVAR A MILLONES DE TELEVIDENTES A TRAVÉS DE FOOD NETWORK LATINOAMÉRICA

Todos hemos soñado escuchar esa frase de la boca agradecida de alguno de nuestros invitados, no sólo porque daría fe de que finalmente hemos logrado integrar la experiencia adquirida -luego de muchas horas de ensayo y error- para que las brasas, la temperatura, y el tiempo de cocción se alineen -como los astros- de modo perfecto, sino también porque dejaría claro que hemos generado alrededor de la parrilla momentos memorables con familia y amigos, que son la razón fundamental y la excusa perfecta para juntarse alrededor de la mesa un fin de semana cualquiera, o al menos así lo dicta la tradición culinaria argentina del "asado".

En Argentina aprender a hacer un buen asado es materia obligada entre los miembros de una familia, y se aprende de generación en generación, transmitiendo trucos y secretos, aprendiendo sobre cantidades y medidas al "ojo por ciento". Luciano "El Laucha" Luchetti aprendió el arte del asado así, viendo a su hermano mayor destacarse frente a la parrilla, hasta que un día - a los 15 años- decidió que él se haría cargo de las brasas. A partir de allí, la pasión por dominar cada detalle a la perfección, lo llevó a realizar asados en su casa - "el templo" como le llaman sus invitados - cada fin de semana. El festín era cada vez más innovador y succulento, por lo que un día uno de sus amigos y socio en la actualidad, Kevin Chochlac, tuvo la idea de compartir fotos y videos a través de sus redes sociales con otros apasionados del asado.

Y pudieramos decir que así, orgánica e intuitivamente, se empezó a crear lo que es hoy "Locos X el Asado", un programa digital con una comunidad virtual de más de 600 mil seguidores, que a partir del próximo 22 de septiembre estrenará su versión para televisión de la mano de Food Network, canal que ya cuenta con una fuerte presencia en Latinoamérica y que ha empezado a invertir en producciones originales que reflejen las

tradiciones y tendencias culinarias que influyen el estilo de vida en cada uno de nuestros países.

En "Locos X el Asado", el asador experto "El Laucha" demostrará cada semana los detalles detrás de esta amada tradición culinaria argentina, desde cómo preparar el fuego o la famosa receta de la salsa chimichurri, hasta los secretos clave para cocinar todo tipo de carnes, incluyendo un cerdo entero. A él se le sumarán familiares, amigos e invitados especiales, que formarán parte indispensable de cada episodio, y quienes con su espontaneidad, juegos y entusiasmo, nos mostrarán cómo se vive la experiencia de disfrutar un auténtico asado argentino un fin de semana cualquiera.

El programa, aunque ahora cuenta con los altos estándares de producción de Food Network, mantiene la espontaneidad, la creatividad y el desparpajo con los que "El Laucha" y sus amigos iniciaron esta aventura, por lo que quienes lo vean no sólo aprenderán, sino que se divertirán y contagiarán de las ganas de compartir y hacer un buen asado en casa. A través de trucos, secretos y recetas, "Locos X el Asado" expande ahora a millones televidentes en toda Latinoamérica esta tradición argentina, a fin de que, desde el más novato hasta el más experto, todos los asadores reciban un merecido aplauso por haber echado toda su pasión a las brasas. ¡Un aplauso para el asador!

"Locos X el Asado" estrena el próximo 22 de septiembre en toda Latinoamérica a través de Food Network. Si no tienes el canal, solicítalo a tu proveedor de TV paga.

food
network

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.

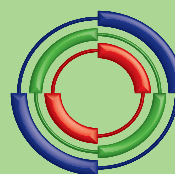
Jornadas Internacionales expresa su compromiso con la evolución de la sociedad, el acceso a la información y el conocimiento con la presentación de una nutrida exposición comercial, charlas debate sobre la realidad del sector y una serie de conferencias técnicas.



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

www.atvc.org.ar

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



cappsa

CAMARA DE PRODUCTORES Y PROGRAMADORES
DE SEÑALES AUDIOVISUALES

www.cappsa.org

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



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

Para cumplir con la obligación de dar Servicio Universal era muy común que se hable del play or pay, algo así como brindá el servicio o pagá para que otro lo haga. Eran tiempos en los que cada servicio tenía su propia red, pero actualmente es muy distinto.

Por años hemos pregonado la trascendente importancia que tiene para nuestra Nación el desarrollo de redes que sean una alternativa a las de los operadores incumbentes. Y con el tiempo hemos demostrado que no solo lo proclamamos, sino que lo hemos concretado, porque la TV por Cable ha sido y es el servicio que más ha contribuido en brindarle un acceso de primer nivel a los hogares de todas las localidades.

Establecida la convergencia como algo deseado por los usuarios y teniendo nuevas y modernas regulaciones que van fijando ese rumbo, estamos seguros de que se debe profundizar el concepto de desarrollar e incentivar redes de última generación, lo que va a permitir que se integre nuestra sociedad a la alfabetización digital. Argentina ha visto crecer sus redes a partir de la iniciativa privada de los operadores de TV por Cable, y en gran medida en virtud del esfuerzo de nuestros pequeños emprendedores que ofrecen servicios en el vasto interior argentino.

En la actualidad el debate afecta los mismos factores desde otro ángulo. El desarrollo del acceso a la información, la comunicación y el entretenimiento encuentran en la convergencia tecnológica un aparente acelerador de sus posibilidades, pero este acelerador precisa de un marco normativo de acción que lo promueva y no lo paralice.

Hoy el requisito para el uso de las redes convergentes tiene que ser: pagá o invertí. Porque la convergencia debe ser una herramienta para impulsar el desarrollo social y favorecer la democratización del acceso y no solo a ciertos contenidos apuntados a la crema del negocio, como los que ofrecen los OTT y los servicios satelitales.

Es en base a incentivos encaminados a que los operadores actuales desarrollen nuevas redes y que actualicen con la última tecnología las que ya tienen instaladas, que se va a lograr el crecimiento y la federalización del acceso en todo el país. En políticas de estímulo como ésta deben estar centrados los esfuerzos de un Estado inclusivo.

No será mediante el uso indiscriminado que hacen los OTT de los activos montados por otros operadores que se va a lograr un beneficio para los ciudadanos argentinos. Los OTT no han invertido nada en nuestro territorio y tampoco tienen disposición alguna en pagar por el uso de las redes instaladas. Menos se les podrá pedir que tengan algún compromiso con la cultura de nuestra gente o que les garanticen un acceso a cualquier otro servicio donde ellos no tengan participación de los ingresos.

En buena medida ocurre lo mismo con las telefónicas que pretenden dar contenidos satelitales, aun cuando no vayan a invertir en una infraestructura que favorezca a la gente. Solo buscan nuevos ingresos y para lograrlo buscarán hundir a los operadores de Cable que por décadas han desarrollado redes que benefician a la comunidad, reduciendo la brecha digital y dando acceso a la Sociedad del Conocimiento.

En este sentido, es el Cable el que ha producido la inversión tecnológica y el despliegue de redes más intenso, y principalmente en los lugares de baja densidad poblacional. El acceso a la banda ancha se puede generalizar gracias al Cable, en razón de las inversiones que existen hoy en el interior del país. Inversión a riesgo de una industria que carece de subsidios y jamás tuvo monopolio alguno, sea de hecho o de derecho.

En síntesis, no estamos hablando solo de un marco legal, se trata de la referencia en virtud de la cual nuestro país contará o no con las condiciones necesarias para disminuir la brecha digital.

Argentina precisa la convergencia, asimismo necesita inversiones en infraestructura y, no menos importante, que las regulaciones protejan a los inversores.

Jornadas Internacionales, epicentro del debate



El evento más importante del sector en la región llega en un momento de grandes cambios, que invitan a un debate de ideas para tomar las decisiones adecuadas.



Una vez más, los actores más importantes de la TV por Cable en Argentina y Latinoamérica se darán cita en el hotel Hilton Buenos Aires los días 19, 20 y 21 de septiembre para participar de esta nueva edición de Jornadas Internacionales.

Organizado por la Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC) y la Cámara de Productores y Programadores de Señales Audiovisuales (CAPPSPA), el evento convoca a gran cantidad de proveedores, expertos, reguladores y operadores que buscan conocer y compartir las novedades más importantes de un mercado en constante evolución.

Durante esta 27ª edición de Jornadas Internacionales se llevará a cabo la clásica exposición comercial -esta vez de dos días, miércoles 20 y jueves 21- en la que se presentarán los lanzamientos de los proveedores de tecnología para televisión y telecomunicaciones. Además, los productores y distribuidores de contenidos exhibirán las series y programas que llegarán a la pantalla de los distintos operadores de Cable de toda la región. El panorama se completará con el programa de conferencias académicas, charlas técnicas, workshops y seminarios.

Los ejes de la convergencia

Consultado en la previa del evento, Walter Burzaco, presidente de ATVC, adelantó: *"Este año esperamos que Jornadas se convierta en epicentro del debate sobre este momento de grandes cambios que atraviesa nuestro sector. Es por eso por lo que las distintas conferencias y*

workshops apuntarán a discutir los ejes de la convergencia como realidad. Nuestro deber es continuar impulsando que se concreten mejoras en la calidad de los servicios para llenar las expectativas de los clientes. Del mismo modo, siempre vamos a abogar por la eliminación de las asimetrías que plantea el escenario convergente, que pueden perjudicar a los pequeños y medianos operadores." Entre los temas más importantes que se abordarán este año, el directivo mencionó *"la innovación tecnológica para servicios de video y banda ancha, los cambios en las prácticas de consumo, la expansión de Internet como motor de desarrollo, y, por supuesto, la necesidad de marcos regulatorios que aborden las nuevas realidades sin desproteger el rol de la industria local y a las Pymes."*

Una convocatoria abierta

Por su parte, el titular de CAPPSPA, Sergio Veiga, se mostró entusiasmado con *"una nueva entrega de estas Jornadas Internacionales que año tras año se renuevan. En esta oportunidad continuamos sumando nuevos expositores internacionales, porque tenemos una convocatoria abierta a todos aquellos que estén atentos a la convergencia de programación y servicios tal como se presentan las nuevas tecnologías y distribución de contenidos."*

En ese sentido, puntualizó que *"este año Capps cuenta con el doble de tiempo para sus Charlas Académicas y habrá presentaciones individuales de empre-*

sas asociadas como todos los años. Además, estamos organizando el Panel sobre Creatividad en Televisión que tiene como objetivo reunir a expertos en la creación y producción de contenidos para analizar en conjunto el proceso de desarrollo desde la idea hasta el producto terminado. Al mismo tiempo, hemos invitado a diversos expertos en creatividad y producción de empresas programadoras y a ejecutivos de empresas productoras del medio."

Nuevo formato

En cuanto al nuevo formato, con el primer día exclusivo para conferencias, Burzaco explicó: *"Los organizadores queremos profundizar el rol de Jornadas Internacionales como un espacio clave a la hora de discutir las innovaciones tecnológicas y los temas que demandan debate público en torno al Cable y las telecomunicaciones. De ahí la decisión de promover esa modificación."*

Mientras tanto, Veiga opinó que *"contar con un día de conferencias y workshops y dos de exposición y conferencias resultará en un evento con mayor agilidad y se podrá estar enfocado para participar de todo lo que nos ofrecen los expositores. Sin horarios superpuestos y óptimo para el debate y el aprendizaje. Porque Jornadas son el punto de encuentro por excelencia de la industria de TV Paga del Cono Sur y nos complace formar parte de la organización de las mismas junto a ATVC."*



rtve

www.rtve.es/comercial/

¡Disfruta con nosotros!

infantil

clan



ficción

star
tve



entretenimiento

tve



información

24h



Los mejores canales de España para toda la familia.

Sesiones Académicas Técnicas: “Abriendo puertas al mundo IP”

Bajo ese lema se llevarán a cabo las charlas orientadas al personal técnico de los cableoperadores, como parte del programa de conferencias de Jornadas.

Como todos los años, los integrantes de la Comisión Técnica de ATVC diseñaron el programa de las Sesiones Académicas Técnicas en función de los desafíos más actuales que enfrentan los sistemas de TV por Cable.

Esta vez, el lema que agrupa a las disertaciones de distintos expertos es “Abriendo puertas al mundo IP”. En ese sentido, Fabián Di Cicco aseguró a Revista ATVC que “la industria demanda sin pausas nuevas soluciones tecnológicas capaces de atender los permanentes requerimientos de servicios, en un mundo en donde la convergencia integra a la industria audiovisual y a la de telecomunicaciones”. “Los desarrollos tecnológicos marcan el valor diferencial entre los servicios, y aquellas compañías que sean capaces de capitalizar estos desarrollos, con creatividad e innovación, serán las primeras en alcanzar la consolidación de su mercado”, aseguró.

Por su parte, Eduardo Uría dio cuenta de la diversidad del sector en cuanto al grado de evolución tecnológica de los operadores: “Los cambios y las necesidades ocurren con más velocidad. Nos encontramos con que, por una parte, los cables medianos y chicos estamos aún saliendo del mundo analógico. Mientras tanto, los MSO ingresan en la convergencia, que ahora es una realidad”.

También José Machao aportó su visión. Según expresó, “actualmente el cuello de botella está en la última milla, es decir, la llegada del headend del operador hasta el cliente”. De acuerdo a las estadísticas disponibles sobre acceso a Internet, puntualizó que “en el tráfico de la hora pico predomina el consumo de video, y le



Comisión Técnica de ATVC

sigue la navegación https, que a veces enmascara video”, con lo cual la demanda de ancho de banda es cada vez mayor.

Al respecto, destacó que la velocidad de navegación que brinda Cablevisión a sus clientes es de 10 Mbps, mientras que el promedio en todo el país es de 6,3 Mbps. Como referencia, señaló que en Estados Unidos ese indicador es de 18,7 Mbps.

Las conferencias

En base a todos estos temas que integran la agenda tecnológica del mercado fue elaborado el cronograma de charlas y conferencias que integran las Sesiones Académicas Técnicas, que se llevarán a cabo el miércoles 20 de septiembre.

La actividad comenzará a las 9.45 de la mañana. El primero de los tópicos a tratar será “Tendencias en la oferta y demanda de tráfico en Internet”. La disertación estará a cargo de Claudio Righetti, Jefe de Arquitectura de Datos, Gerencia de Ingeniería, de Cablevisión.

Luego será el turno de Eduardo Pan-cierto, Jefe de Arquitectura y Tecnología de la misma área del MSO. El título de su conferencia será “Nue-

vas Tecnologías en Redes de Acceso: D3.1, Arquitecturas distribuidas y virtualización”.

Para hablar de “Docsis Supercharged, el desafío HFC”, llegará la conferencia de Juan García Bish. Más tarde, llegará como disertante invitado Rodrigo Plaza, quien expondrá sobre “Evolución de las redes hogareñas”.

En cuanto a los workshops técnicos, que tendrán lugar miércoles y jueves por la tarde, desde las 15.30, las empresas confirmadas para mostrar su oferta y soluciones son Hansen TV & Telco, Arris, Interlink, Viditec, Solution Box, Irdeto, Stechs y Latino TCA. La tercera pata de esta agenda tecnológica de Jornadas Internacionales la completa la conferencia SCTE. En esta parte de la actividad, representantes de la principal entidad que agrupa a los ingenieros estadounidenses expondrán las novedades que se generan en ese mercado, que marcha a la vanguardia en este aspecto.

La primera ponencia, “Remoto Phy”, que se iniciará a las 10.00 del jueves 21, correrá por cuenta de Dennis Brown, SCTE-ISBE Director, Engineering Education. Luego será el turno de Paul Rodríguez, SCTE-ISBE Director Field Education, quien hablará acerca de “La visión moderna de las redes hogareñas”.

“Wi-Fi: Herramientas y monitoreo” será el tema abordado por el siguiente representante de la SCTE. A continuación, Steve Harris, SCTE-ISBE Senior Director, Engineering and Field Education, expondrá sobre “Fiber Deep”. El cierre estará a cargo de Alex Adams, SCTE-ISBE Adjunct Engineering Faculty y su charla sobre “Docsis 3.1”.



Lo mejor de Bollywood en español y en HD
Una experiencia única para tus suscriptores

Visítanos en Jornadas Internacionales | Stand 35 | ventasafiliados@zeemundo.tv



| www.zeemundo.com



Premios ATVC: 25 años de calidad federal

El cuarto de siglo marca un hito en la distinción más federal que se realiza en el país a los contenidos del Cable. La entrega será a fin de año.



La Asociación Argentina de Televisión por Cable se prepara para presentar una nueva edición de los Premios ATVC, el certamen que condecora a las mejores realizaciones de Televisión por Cable de la Argentina y de la región. Este año se celebran las primeras 25 ediciones del evento que nació a partir de la búsqueda y la necesidad de la ATVC por generar un estímulo y un reconocimiento a todas aquellas producciones que fueron fundamentales para el fortalecimiento de la industria en todo el país.

Como suele suceder, y de acuerdo al ritmo que viene demostrando el compromiso de los actores de la industria, todo indica que los premios más federales de la comunicación regional superarán el récord de inscripciones, en otra muestra de la importancia que reviste la existencia de un evento anual que dé visibilidad al trabajo de cableoperadores, productoras, autores de contenido y señales.

En esta edición, el jurado se ha propuesto evaluar las presentaciones a partir de un criterio sobre nuevos enfoques acerca de temas conocidos, contados desde la óptica de un mensaje audiovisual renovado. Si bien, el entretenimiento siempre debe ser el fin último de cualquier tipo de producción de estas características, los Premios ATVC buscan

una conjugación entre el divertimento, la información y la búsqueda de forjar el conocimiento en el público.

En este sentido, la lupa se depositará especialmente en aquellos productos audiovisuales que retraten aspectos de la realidad y de la historia de la sociedad que compone cada uno de los territorios participantes. La diversidad planteada como una muestra de aprendizaje de la realidad, a través de locaciones, recreaciones, animaciones y testimonios.

Categorías y jurado

Los premios se dividen en los géneros **Asuntos Agropecuarios, Documental, Periodístico Informativo (Noticiero), Periodístico de opinión, Educativo, Deportivo, Interés General, Musical, Infantil, Cultural, Promocional (campañas de bien público, presentaciones de programas, publicidades comerciales, etc.), y Ciencias, Tecnología y Medio Ambiente.** El 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. El presidente del jurado es el destacado periodista, guionista y productor Eliseo Álvarez. El resto de la nómina la integran, para los diversos géneros, Federico Guerra (Géneros: Asuntos Agropecuarios / Ciencias, Tecnología y Medio Ambiente), Silvia Hopenhayn (Género: Cultural), Alejandro Fabbri (Género: Deportivo), Camila O'Donnell (Género: Documental), Aldana Duhalde (Géneros: Educativo / Infantil), Luis Cuelle (Género:

Interés General), Antonio Tarragó Ros (Género: Musical), Hugo Grimaldi (Género: Periodístico de Opinión), Alfredo Leuco (Género: Periodístico Informativo - Noticiero) y Carlos Acosta (Género: Promocional).

Los premios se entregan por categorías establecidas en función de la cantidad de habitantes en la zona de cobertura donde se emiten los contenidos. En total, se contemplan seis categorías que van de entre 1-10.000 habitantes y más de 200.001 habitantes. De esta manera, se tiene en cuenta a grandes, medianos y pequeños productores.

Bodas de plata

Las bodas de plata de los Premios ATVC llegan en una época signada por una gran transformación en todos los planos de la cultura argentina. Dentro de este marco, los galardones representan la confirmación de que la industria tiene en estas producciones un sostén fundamental, icono de la construcción de una alternativa pluralista y de integración regional.

La Asociación Argentina de la Televisión por Cable ya trabaja en la organización de la 25ª. Edición de Premios ATVC, esperando que la entrega de los galardones vuelva a constituirse en una gala de excelencia, que se transmitirá en directo a todo el país y que tendrá el inmenso atractivo, para todos los inscriptos, de contar con la posibilidad de llevarse el reconocimiento mayor, que será precisamente el Premio 25º Aniversario.



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.

Visitanos en el stand 42 de Jornadas Internacionales 2017

TyC Sports

Contacto Ventas Afiliadas: Hernán Chiofalo, hchiofalo@tycsports.com.ar o al 5411 4300 3531
Contacto Publicidad: Gabriela Cirigliano, Jefa Ventas Publicidad Pantalla y Digital
gcirigliano@tycsports.com.ar o al 5411 4300 3800.



TyC Sports.com

"Aprendemos de nuestros clientes día a día"

Carlos Moltini, CEO de Cablevisión, hace un balance de lo que ha dejado hasta el momento la experiencia de Flow y proyecta lo que viene para su compañía y para todo el mercado.



Referencia indiscutible de la industria del Cable en Argentina, Cablevisión continúa innovando y apostando a generar una experiencia más completa para sus clientes. En diálogo con Revista ATVC, Carlos Moltini repasó los temas más importantes para el principal MSO argentino en esta etapa.

-A casi un año del lanzamiento de Flow, ¿cuál es el balance que realizan?

-Desde su lanzamiento Flow ha tenido una excelente aceptación. Ya superamos los 350 mil usuarios de Flow App y los 125 mil de Flow Box, y seguimos creciendo día a día. Estos números demuestran de manera fehaciente que los clientes han adoptado de manera exitosa la propuesta del producto: una nueva televisión que le otorga más libertad en su experiencia.

Flow es una plataforma diferente a todas, es la única de su tipo en Argentina y la más evolucionada de la región. Suma las funcionalidades que permiten hacer de la TV en vivo una televisión a demanda, algo disruptivo y diferente. Este gran diferencial posibilita a los clientes acceder a un mundo de entretenimiento con mayor autonomía, teniendo disponible todo el contenido de la televisión lineal en el momento deseado y los mejores títulos, series y programas a demanda para ser visualizados desde distintos dispositivos y sin limitaciones de horarios.

- ¿En qué cambió la relación con los clientes a partir de esta nueva plataforma?, ¿hay una mayor cercanía?

- El cliente está en el centro. Todo lo que sumamos a la oferta, ya sea de producto como de contenido, es teniendo en cuenta sus gustos y preferencias. Flow nació de entender las necesidades de los clientes, de ver las tendencias en el consumo y aceptar que la televisión había evolucionado y que también no-



Carlos Moltini

sotros debíamos hacerlo.

La relación es más cercana porque estamos muy atentos a cómo se usa la plataforma y en función de eso ir adaptando la propuesta a nivel contenidos, funcionalidades y navegabilidad. Aprendemos de los usos de nuestros clientes día a día y trabajamos muy duro para evolucionar la plataforma.

-¿Qué nuevos horizontes abre la fusión con Telecom?, ¿qué beneficios puede traer para el usuario?

-Si bien aún el proceso para que se apruebe es largo, sabemos que una fusión de este tipo permitirá a ambas empresas transformarse en el operador de telecomunicaciones líder en soluciones convergentes para hacer plena la vida digital de las personas. La combinación de ambas empresas potenciará la inversión en la infraestructura más moderna de tecnologías móviles así como el despliegue de una red de fibra óptica de alta velocidad.

-En este contexto más propicio para las inversiones, ¿cuál será el próximo salto de calidad que deben esperar los clientes por parte de los sistemas de cable?

-Nuestra industria requiere una inver-

sión tecnológica constante e intensiva. Cuando invertimos en tecnología no lo hacemos para solucionar un problema de mañana sino que lo hacemos proyectando nuestra infraestructura para los próximos 10 años.

La industria está obligada a evolucionar con los hábitos de consumo. Debe dejar la comodidad de una oferta paquetizada de señales para adaptarla a los gustos y preferencias del cliente, que no solo ha transformado su forma de ver TV sino que se ha vuelto más exigente en cuanto a calidad, variedad y accesibilidad. Debemos dar una respuesta integral al cliente que busca una experiencia de entretenimiento y conectividad que no tenga como límite el living de su casa.

-En cuanto a los contenidos, ¿Cablevisión seguirá incursionando en la coproducción como lo hizo con La fragilidad de los cuerpos y Un gallo para esculapio?, ¿hay nuevos proyectos en carpeta?

-Sí, lo haremos. Hemos encarado un proyecto de coproducciones en el marco de una alianza estratégica con productoras y señales nacionales e internacionales que contempla la generación de productos de alta calidad para televisión. El objetivo es ofrecer un nuevo formato de disponibilización de contenidos, teniendo en cuenta los nuevos hábitos de consumo de un cliente que no está dispuesto a esperar para ver los nuevos capítulos de sus series favoritas. El usuario quiere tener el control y decidir si quiere ver uno, dos o tres capítulos, o si verá toda la serie de corrido al estilo maratón.

Para este año estamos trabajando en un proyecto más, "El Maestro", en coproducción con Polka, eltrece y TNT, que se estrenará en el último trimestre del año.

SAGAI

LA ENTIDAD QUE

RECAUDA Y DISTRIBUYE

LOS DERECHOS DE
LOS ACTORES INTÉRPRETES

"Avanzamos en un fuerte plan de expansión"

A medida que incorpora nuevos servicios, Gigared invierte también para llegar con su oferta a nuevas zonas.



Carlos Granzotto

Con una marcada presencia en las provincias de Buenos Aires, Santa Fe, Entre Ríos, Corrientes, Chaco y Misiones, Gigared es uno de los principales operadores de Cable en Argentina. Su fuerte crecimiento en cantidad de clientes durante el último año lo consolida en ese sitio, junto a la incesante innovación tecnológica que caracteriza a la compañía.

En un año cargado de noticias respecto de los nuevos rumbos que va tomando la industria y la manera en que los servicios y contenidos llegan a los clientes finales, lo cual influye también en la relación entre programadores y distribuidores, Revista ATVC dialogó con Carlos Granzotto, Gerente General de Gigared, para conocer cómo encara la empresa este nuevo escenario que se abre para el mercado.

-Habiendo sido pioneros a través de Espacio Giga, ¿cómo ven la adopción de nuevas modalidades de distribución de contenidos por parte de mu-

chos cableoperadores?

-La forma en que todos consumimos contenido está cambiando, pasando de ser un mundo lineal, a ser un mundo "a demanda". Esto significa que cada vez son menos los usuarios que consumen video lineal o en vivo, y muchos más los que eligen qué ver, en qué momento y desde qué dispositivo. En esta nueva etapa es que Espacio Giga se hace presente, ya desde hace un largo tiempo, permitiendo que los clientes de Gigared puedan disfrutar todo el contenido online desde cualquier dispositivo conectado a Internet.

-¿Cómo modifican estas nuevas plataformas la relación comercial con las empresas de programación?

-Cada vez más, los usuarios de los servicios OTT buscan tener disponible la mayor cantidad de contenido posible, para poder disfrutarlo cuando ellos quieran. Es por esto que están generando un cambio en la manera de comercializar los distintos contenidos de las señales, permitiendo acceder a los mismos tanto desde la TV como desde internet.

"Sencillo y rápido"

-¿Cuáles son las principales ventajas para los clientes?

-Espacio Giga agrupa todos estos contenidos y permite un acceso sencillo y rápido para que el usuario no deba estar logueándose o ingresando a distintas plataformas. De esta manera, y sumado a todo el contenido en vivo, y exclusivo, Espacio Giga brinda una experiencia sumamente satisfactoria a sus usuarios. Además de esto, dentro de Espacio Giga, los clientes acceden a beneficios y sor-

teos, y pueden realizar gestiones administrativas sin moverse de su hogar.

-En cuanto a la actualidad de Gigared, ¿cuáles son los objetivos más importantes en esta etapa y a qué ítems se destinan las principales inversiones?

-Ya desde hace varios años Gigared viene creciendo tanto en clientes de Televisión como de Internet, a diferencia de lo que pasa con otras empresas del sector. Este crecimiento continuo, hace que sea inevitable mantener una inversión en infraestructura que permita tanto mantener una calidad de servicio adecuada, como ampliar la cartera de productos disponibles para nuestros clientes.

Por otro lado, cada vez son más los hogares que nos piden el servicio, motivo por el cual estamos avanzando en un fuerte plan de expansión para llegar a nuevas zonas y localidades, donde podamos brindar un servicio de calidad, a un precio que siempre nos diferencia de nuestros competidores.

-¿Qué futuro ven para el mercado argentino de las telecomunicaciones en vista de las últimas novedades regulatorias y también corporativas, como por ejemplo la fusión entre Telecom y Cablevisión?

-Actualmente Gigared compite con ambas empresas en todas las localidades donde tenemos cobertura, y en todas esas localidades, los clientes eligen Gigared por calidad, presencia y precio. Por este motivo es que creemos que continuará siendo así en el futuro, ya que la gente valora tener una empresa que esté presente en la localidad y cerca de cada cliente.

Christian Dior, La France



LA MEJOR PROGRAMACIÓN EN FRANCÉS
CON SUBTÍTULOS EN ESPAÑOL

TV5MONDE
EL CANAL EN FRANCÉS PARA VOS

Distribución & Marketing Argentina/Uruguay
Corina Goicoechea: corina.goicoechea@tv5monde.org

YouTube Facebook Instagram Twitter Pinterest @TV5MONDELATINA

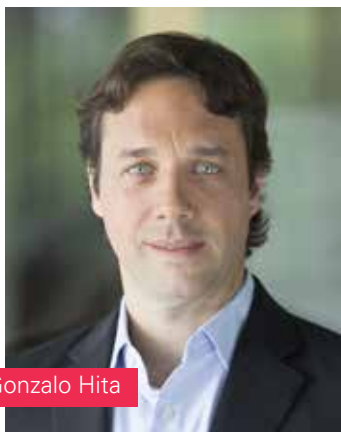
SR MÉDIAS - MAURICE CHAPIRON - THINKSTOCK
GAUMONT - ROGER DO MINH - YER / PANORAMIC

“Debemos dejar la comodidad de una oferta paquetizada de señales”

Gonzalo Hita describió cómo se vive desde Cablevisión el proceso de incorporación de las nuevas modalidades de distribución de contenidos.



La industria de la TV Paga está cambiando de manera vertiginosa. Hoy en día, el reto de operadores y programadores consiste en llegar a un público que se encuentra detrás de una tablet, de un Smartphone o de un Smart TV, y que se vuelve cada vez más exigente en su demanda por cantidad, calidad y accesibilidad de contenidos: en cualquier lugar, en cualquier pantalla y en cualquier momento. Revista ATVC conversó con Gonzalo Hita, COO de Cablevisión, acerca de las nuevas modalidades de distribución y de cómo siendo el operador más grande de la Argentina viene abordando este tema.



Gonzalo Hita

- ¿Cómo influye en el negocio de los operadores de Cable esta nueva orientación hacia el contenido a demanda y las plataformas digitales?

- La televisión a demanda se instaló como una tendencia que empezó lentamente pero que cada vez tomó más impulso y ha obligado a los distintos actores de la industria a evolucionar y transformarse. Toda la industria, y el ecosistema que la integra, deben evolucionar con los hábitos de consumo. Debemos dejar la comodidad de una oferta paquetizada de señales para adaptarla a los gustos y preferencias del cliente, que no solo ha transformado su forma de ver TV sino que se ha vuelto más exigente

en cuanto a calidad, variedad y accesibilidad.

- ¿Cómo juega en este aspecto la convergencia de servicios?

- La convergencia hará que la industria se transforme para dar una respuesta integral al cliente que busca una experiencia de entretenimiento y conectividad que no tenga como límite el living de su casa. La grilla de señales básicas tal como la conocemos va a cambiar. No tiene sentido mantener decenas de señales que en muchos casos no agregan valor en el contenido y que su estructura de costos les impiden adquirir derechos tal como quiere el cliente. Todo es un juego de oferta y demanda, y sobrevivirá el que mejor escuche a la demanda.

- ¿Cuáles fueron los cambios que esto ocasionó en su modelo de negocios?

- El cambio más grande fue cultural: poner al cliente en el centro y entender que ahora administramos un producto “vivo” que hay que seguirlo y adaptar-

lo día a día observando los cambios de hábito constantes de quienes nos eligen. Esto implica una nueva forma de trabajar.

- En este proceso de adaptación, ¿cuál fue el grado de actualización tecnológica requerido para poder ofrecer contenido VOD e inclusive desarrollar una plataforma OTT propia?

- En Cablevisión supimos que teníamos que evolucionar hacia ese nuevo modelo de televisión y por eso en 2016 lanzamos Cablevisión Flow. Para el desarrollo de Flow trabajamos alrededor de 5 años con el objetivo de ofrecer una plataforma disruptiva que no solo permitiera acceder al mejor contenido online sino que incluyera la TV lineal con funcionalidades diferenciales que también le permiten al cliente volverla “a demanda”. En ese proceso, invertimos alrededor de 100 millones de dólares. Eso sin contar la actualización continua de nuestras redes, que son las que permiten optimizar la experiencia de consumo de contenidos a través de Flow.

- ¿Por qué es tan importante este aspecto?

- Porque la infraestructura es vital para el éxito de un producto como Flow, ya que garantiza la calidad de experiencia que le estamos ofreciendo al cliente. Una plataforma como Flow exige una permanente inversión porque es una plataforma viva, que está continuamente evolucionando y cambiando, siempre en busca de adecuarse a los usos y necesidades de los usuarios.

- ¿Cómo se calcula el retorno de la inversión en este tipo de implementaciones?

- Si quisiéramos determinar el repa-





PROGRAMAS ÚNICOS
GRANDES PRODUCCIONES
LA LIGA ITALIANA DE FÚTBOL



DISFRUTE DE LAS MEJORES NOTICIAS DE ITALIA Y DEL MUNDO



CONDISTA
INTERNATIONAL
WWW.CONDISTA.COM

CONTACTOS:

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

go de la inversión solo con los ingresos incrementales que genera Flow, el mismo se encontraría después de la obsolescencia de la infraestructura instalada. Pero sabemos que si miramos el negocio de esta manera, desaparecemos. Nuestra industria genera la necesidad de inversiones crecientes en tecnología para mantener los ingresos en forma constante. Es fundamental entonces adquirir escala de negocio para poder acompañar el avance tecnológico y competir en un mundo globalizado, donde el cliente elige sin distinguir fronteras.

- ¿Cuál es hasta ahora el balance desde el lanzamiento de Flow?

- Desde que está disponible para los suscriptores, Flow ha tenido una excelente aceptación: ya superamos los 350 mil usuarios de Flow App y los 125 mil de Flow Box, y seguimos creciendo

día a día. Estos números demuestran de manera fehaciente que los clientes han adoptado de manera exitosa la propuesta del producto. En septiembre lanzaremos Flow en Uruguay, ampliando a los clientes de ese país la posibilidad de acceder a la "nueva televisión."

- Frente a este panorama: ¿en qué situación quedarían los canales lineales?

- La televisión lineal tal como la conocemos está cambiando. Sin embargo, sabemos que tiene larga vida. Por un lado, el vivo seguirá siendo vivo y se verá de forma lineal. Este formato, muy identificado con los deportes y las noticias, es y seguirá siendo muy consumido. Lo que sí debemos tener en cuenta es que el consumo de este tipo de TV ya no se limita al hogar sino que se vuelve móvil, para que el usuario lo disfrute donde desee. Si la televisión lineal que

no corresponde a contenidos vivos no disponibiliza todo su contenido en formato no lineal, estará destinada, como ya lo estamos viendo, a perder reach en forma constante, y esto condicionará su futuro. Por otro lado, es necesario que el 100% del contenido lineal esté disponible en formato HD.

- ¿Cómo incide este reacomodamiento de la industria en la relación comercial con los programadores?

- Todo el ecosistema que integra la industria está atravesando un proceso de reacomodamiento a las nuevas tendencias de consumo de contenidos. En este proceso somos socios para acercar el mejor contenido a través de las plataformas integradoras y facilitadoras a la hora de disfrutar de los contenidos. Por ello, siempre estamos en instancias de negociación buscando el mejor resultado para todas las partes.

INFORME

La voz de los programadores

Asistimos a un proceso donde todos los actores involucrados en la industria de producción y distribución de contenidos se retroalimentan para generar los cambios que reformatean permanentemente la industria del entretenimiento y las comunicaciones: las empresas proveedoras de soluciones tecnológicas, las que producen, las que comercializan los diferentes dispositivos y, en gran medida, el propio usuario.

Las plataformas digitales se multiplican y el OTT gana terreno día a día. De acuerdo con el tracking de TV Everywhere de Dataxis, si consideramos solo los principales nueve países de la región, en 2011 había tres plataformas, en 2012 se duplicaron a seis, en 2013 crecieron a ocho, en 2014 llegaron a 14, en 2015 a 25 y en 2016 a 34. Las empresas que generan y comercializan contenidos son una pata fundamental en este proceso en el cual, de un tiempo a esta parte, los canales lineales y las plataformas digitales funcionan de forma complementaria. Sergio Canavese, Director Regional de Afiliados de Discovery Networks Latin America / U. S. Hispanic manifestó: "Producimos contenido constantemente en muchos países alrededor del mundo. Entonces ofrecemos programación internacional, regional y local. El punto clave pasa por entender que aquel que produce y controla los de-

rechos de la programación tendrá la libertad de distribuirla a través de diferentes vías como ser la TV, plataformas Everywhere, redes sociales, etc. Tenemos la ventaja de ser dueños de los derechos de gran parte del contenido que emitimos, lo que nos permite escoger aquellas plataformas que agregan valor, así sean las de los operadores de cable y satelitales, o a través de las plataformas propias de TV Everywhere."

"La TV no está muriendo, se está multiplicando. La clave pasa por entender que la penetración de Internet, las redes sociales y la multiplicidad de plataformas son factores que llevan el paradigma de consumo audiovisual a otro nivel. Estamos aprendiendo a convivir en el mismo ecosistema," añadió.

Por su parte, Omar Figliolia, Director Comercial de HotGo Media, señaló: "HotGo Media se apoya en una estrategia de multiplataforma con su HotPack, que incluye una oferta lineal y no lineal, lo que le permite al suscriptor de televisión acceder de cualquiera de las dos opciones a la oferta líder y más completa de la industria. Si bien notamos un gran crecimiento en el consumo de HotGo, ya sea a través de Smartphone o computadoras, todavía la oferta lineal sigue siendo el formato que más se consume en Latinoamérica."

Alejandro Kember VP de Distribución y Ventas Afiliadas de AMC Networks In-

ternational Latin America calificó a las plataformas OTT como "un complemento al negocio de TV Paga" y "grandes aliadas" del negocio lineal. En cuanto a la relación con los cableoperadores, fue claro: "Las plataformas digitales de nuestros afiliados seguirán siendo nuestra prioridad". En ese sentido, manifestó: "Al ser propietarios de mucho de nuestro contenido, nuestras señales pueden ajustarse fácilmente a las preferencias y necesidades de los operadores de nuestra región."

Desde Atresmedia Internacional, su Directora, Mar Martínez-Raposo, explicó: "Creemos que el contenido televisivo y su consumo tienen mucho futuro; pero los cambios que se están produciendo nos obligan a adaptarnos. Por nuestra parte, y como productores que somos, trabajamos de la mano con nuestros afiliados para que el contenido llegue en el tiempo y la forma en que sus abonados lo quieren consumir."

"Nat Geo Kids ya nace como un destino multiplataforma, 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", destacó Diego Reck, SVP y Chief Marketing Officer de Fox Networks Group Latin America durante el lanzamiento de la señal.



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



Sin autor no hay obra



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



argentores

Sociedad General de Autores de la Argentina

“Las plataformas digitales de nuestros afiliados son la prioridad”

Alejandro Kember, de AMCNI Latin America, señaló cuál es la estrategia de la compañía respecto de las nuevas modalidades de distribución. También destacó el crecimiento de sus señales.

AMC NETWORKS
INTERNATIONAL
LATIN AMERICA



Alejandro Kember

Dicen que lo difícil no es llegar, sino mantenerse. En ese sentido, AMC Networks International Latin America, incorporado ya como uno de los grandes jugadores de la región en cuanto a distribución de programación, sabe que el gran desafío es continuar brindando contenidos de primera calidad a sus espectadores.

En ese sentido, Alejandro Kember, VP de Distribución y Ventas Afiliadas de la compañía, aseguró a Revista ATVC: *“AMC y todo nuestro portafolio de señales siguen teniendo un desempeño extraordinario en términos de audiencia, lo que subraya la calidad de nuestros contenidos”*.

“Desde que llegamos a América Latina en octubre del 2014, nuestra cartera de canales medida por IBOPE (excluye SundanceTV) ha incrementado su audiencia en horario estelar entre hogares con TV Paga en 74%. Este crecimiento casi triplica el crecimiento de +27 % del mercado de TV Paga en la región en el mismo período, subrayando así la fortaleza y diversidad de nuestro portafolio y nuestra oferta de programación”, destacó el ejecutivo.

“Esta tendencia ha continuado este año. En el primer semestre del 2017 el crecimiento de la audiencia de nuestra oferta de señales en América Latina aumentó 16% en horario estelar

entre hogares con TV Paga en relación al primer semestre del 2016. Esta cifra se encuentra muy por encima del 2% del mercado de TV Paga en el mismo período”, completó.

Consultado por la estrategia que llevan adelante en torno a las nuevas modalidades de distribución no lineal, Kember comentó: *“Las plataformas OTT son un complemento al negocio de TV Paga y grandes aliadas de nuestro negocio lineal, por lo cual las plataformas digitales de nuestros afiliados seguirán siendo nuestra prioridad. Al ser propietarios de mucho de nuestro contenido, nuestras señales pueden ajustarse fácilmente a las preferencias y necesidades de los operadores de nuestra región. Por eso hoy nuestros canales principales como AMC, Sundance Channel y El Gourmet ya se encuentran disponibles en TV Everywhere para los suscriptores autenticados de nuestros afiliados. Queremos fortalecer el ecosistema de la TV Paga, por lo que nuestro objetivo es acompañar el desarrollo de ofertas de OTT y TV Everywhere de nuestros socios estratégicos”*.

También adelantó cuáles serán los principales estrenos y novedades de las distintas señales para los próximos meses: *“En AMC cerramos el 2017 con fuerza ofreciendo los episodios complementarios de la tercera temporada de Fear the Walking Dead, la temporada final de Halt and Catch Fire, así como el estreno de la serie The Son, con Pierce Brosnan. Finalmente, en noviembre, brindaremos a nuestra audiencia una nueva entrega de Comic Book Men, una serie que satisface al fanboy que todos llevamos dentro, “así como el estreno de Visionaries, una nueva serie documental que explora la cultura Fandom de la mano de los aclamados cineastas James Cameron y Eli Roth”*.

En cuanto a El Gourmet, se puso en marcha la producción de dos pro-

gramas, *“Cómete Colombia”* y *“La Cocina de Sonia Ortiz”*, generados en Colombia y México respectivamente. *“Nos enorgullece poder mostrar los paisajes, productos y recetas de estos y otros países de nuestra región”,* destacó el entrevistado.

“Igualmente, la propuesta de Más Chic seguirá subrayando la moda, la belleza y la decoración regional de América Latina con especiales como ‘Colombia Fashion Week’ y el ‘Buenos Aires Fashion Week’. También estaremos presentando una nueva edición de ‘Decoración Creativa’ producida en Argentina, mientras que el habildoso Nez Martínez pronto regresará con una nueva temporada de ‘Renueva tu Imagen’”, agregó.

Finalmente, SundanceTV cerrará el año con Fresh from Sundance / 48 horas de Sundance, que incluye una selección de los mejores films presentados en la edición 2017 del icónico festival, mientras que Europa Europa emitirá nuevos episodios de sus dos nuevas series: *“Atrapados”* y *“El Chiriquito de Pepe”*.





Hitecno

s o l u c i o n e s



 **hitron**



casa systems



Calix

ACCESS INNOVATION



ELECTROLINE
INNOVATIVE-BROADBAND-SOLUTIONS



ventas@hitecno.com.ar | 54.11.4706.0070 | www.hitecno.com.ar

AV. COSTANERA RAFAEL OBLIGADO N° 4899 (1428)
CAPITAL FEDERAL, BS.AS. ARGENTINA

"El cableero ve que nuestro contenido es original"

A pocos meses de haber sido lanzado, ZEE Mundo se afirma en la región en base a películas de Bollywood que nunca fueron emitidas en estos países en español.



Javier López Casella

Zee Mundo llega por primera vez a Jornadas Internacionales, el evento más importante de la industria del Cable en América Latina. En ese sentido, su Gerente General, Javier López Casella, expresó ante la Revista ATVC las expectativas que esto genera: *"Vamos a presentar por primera vez en Argentina a ZEE Mundo y a la industria de Bollywood. Nunca participamos de este encuentro ya que lanzamos ZEE Mundo en abril de este año."*

Según el ejecutivo, *"el objetivo es presentar el contenido original que ofrece Bollywood a través de ZEE Mundo y brindarle a los cable operadores la posibilidad de ofrecerlo a sus abonados."* Consultado por los road shows que están realizando en la región para mostrar el canal, aseguró que los resultados son "excelentes". En ese sentido, destacó: *"Es la mejor manera de mostrar el producto. Lo estamos haciendo en vivo, ya que traemos un decoder IP y lo instalamos en el stand."*

Para López Casella, se trata de *"una buena oportunidad de estar cara a cara con los clientes. Los cables pequeños se sienten bien atendidos en estos encuentros porque se establece una relación de confianza con los mismos. ZEE Mundo fue muy bien recibido. De hecho, luego de estas presentaciones nos lanzamos en seis países. El cableero ve que el contenido es original y que nunca antes fue exhibido en la región y*

en español. Es altamente competitivo."

Zee Mundo conformó una red de representantes comerciales que atienden la distribución de la señal en los diferentes países de Latinoamérica. Revista ATVC también le preguntó al entrevistado acerca del funcionamiento de ese esquema en este momento en que el producto está ingresando en estos territorios.

"Funciona muy bien, ya que es la manera de tener presencia permanente en toda la región. Nuestros representantes son ejecutivos con muchos años de experiencia en el mercado, conocen en detalle a todos los clientes y saben cómo atenderlos," aseguró López Casella..

Por otra parte, comentó también cuáles serán los últimos estrenos y lanzamientos, y lo más importante que podrán disfrutar los espectadores en los próximos meses.

En primer, lugar, hizo un repaso de lo sucedido en junio, cuando ZEE Mundo lanzó dos series: Begusarai, una ficción de estos tiempos, que trata de una familia, que tiene el dominio de toda una ciudad, en el interior de India; y Jodha Akbar Historia Real, una historia de amor verdadera y ambientada en el siglo 16.

Para septiembre, el canal preparó una programación especial por el Día Mundial de la Paz. Todos los jueves del mes a las 21 horas se estrenan grandes producciones de Bollywood con mensajes que promueven la unidad y la paz mundial. Se estrenan historias inspiradoras donde los protagonistas aprenden que el amor y la unión van más allá de las barreras sociales.

ZEE Mundo invita a disfrutar de tramas que respetan y valoran las costumbres que mantienen unidas a las personas: "La encrucijada de Barfi", una película sobre la importancia del amor y la amistad a pesar de las barreras sociales, donde tres jóvenes aprenden que estos sentimientos no pueden ser definidos por las normas de la sociedad; "Locos



por el baile", que cuenta la historia de un grupo de estudiantes asiáticos que dejan sus hogares y viajan a la pintoresca y hermosa ciudad universitaria de Sheffield, donde gracias al compañerismo entre ellos, encontrarán sus pasiones e identidades lejos de casa; "Tanu y Manu se casan", la historia de Manu, un joven que viaja a la India para encontrar una novia y se enamora de Tanu, quien no tiene planes de casarse con él, conformando una historia en la que se valora la unión familiar, los valores y las actitudes de la familia india cuando se prepara una boda; y "Amor fuera de tiempo", que muestra cómo una pareja de creencias diferentes debe enfrentar una guerra, conflictos religiosos y malentendidos para estar juntos.

Finalmente, en diciembre se estrenará "Raees" (Ricos), que fue una película taquillera este año en el cine y cuenta con la actuación del actor número uno de Bollywood, Shah Rukh Khan.



flow



La tele cuando, como y donde quieras

Con Cablevisión Flow podés ver la tele en vivo y contenidos On Demand, desde tu TV, Tablet, Smartphone o PC. Disfrutá del mejor entretenimiento con nuevas funcionalidades como:



VER DESDE EL INICIO

Te permite **reiniciar un contenido en vivo** para no perderte ni un minuto de tu programa preferido.



VER EN MÚLTIPLES DISPOSITIVOS

Te permite mirar la tele desde tu **TV, Smartphone, Tablet o PC** y disfrutar del mejor entretenimiento donde, cuando y como quieras.



PAUSAR EN VIVO

Vas a poder pausar cualquier contenido en vivo y **continuarlo desde cualquier dispositivo**.



GRABAR CONTENIDOS EN LA NUBE

Vas a poder **grabar tus programas o películas favoritas** para mirarlas cuando quieras.



VER PROGRAMAS YA EMITIDOS

Vas a poder navegar la guía de programación hacia atrás hasta 24 hs **para mirar cualquier programa que ya haya sido emitido**.



CREAR MÚLTIPLES PERFILES

Vas a poder crear hasta **6 perfiles de usuario** diferentes asociados a una cuenta principal. Cada perfil contará con sus propias recomendaciones en base al consumo de contenido realizado por cada uno.

Si sos cliente de Cablevisión HD tenés Flow App **gratis**. Y si tenés Cablevisión Clásico o Digital disfrutá un **mes de prueba sin cargo**. Activá tu cuenta en cablevisionflow.com.ar y descargate la aplicación.

Cablevisión

“Fortaleciendo la oferta del contenido On Demand”

Discovery plantea que en un contexto de cambio permanente debe trabajarse para que los operadores puedan llevar a sus clientes una mejor experiencia.



Sergio Canavese

Discovery Networks Latin America / U. S. Hispanic (DLA/USH) encara el último tramo del 2017 con importantes novedades, entre las que se incluye el estreno “Mini Beat Power Rockers”, una serie original desarrollada por Discovery Kids junto a MundoLoco CGI, el estudio de animación fundado por Juan José Campanella. La nueva producción presenta a una divertida banda multicultural de bebés a los que les encanta hacer música. Cada integrante del grupo es un representante de diferentes tribus urbanas procedentes de todo el planeta, reflejando el pasado, presente y futuro del Rock y el Pop. “Este contenido se verá en toda Latinoamérica y para nosotros tiene un sabor especial porque nos permite trabajar con el prestigioso director argentino ganador de un Premio Oscar, con quien además estamos desarrollando la serie ‘Metegol’”, señaló Sergio Canavese, Director Regional de Afiliados de Discovery Networks Latin America / U. S. Hispanic. Asimismo, recientemente Discovery Kids anunció su alianza con Cirque du Soleil Images, la división de producción multimedia de Cirque du Soleil, para la realización de una serie original de live-action en in-

glés, producida por Apartment 11, en asociación con TVOKids. Grabada en Montreal, el programa próximo a estrenarse tendrá a la prolífica productora, directora y compositora Cris Morena como productora ejecutiva y compositora de esta serie. Leila Bassen (Heartland) es la guionista de la nueva producción.

“Además, hemos firmado un acuerdo estratégico con BBC Worldwide que le permitirá a nuestro portafolio de señales ofrecer en América Latina una amplia variedad de contenidos de la BBC en múltiples géneros. Gracias a este acuerdo, nuestro portafolio de canales albergará las franquicias más emblemáticas de la cadena británica. En Argentina ya podemos disfrutar a través de Discovery Channel la famosa serie de documentales de historia natural ‘Planeta Tierra II’ y la exitosa franquicia automotriz ‘Top Gear’, por ejemplo”, manifestó Canavese.

En relación a la oferta del contenido OTT, el Director regional de afiliados de DLA/USH resaltó que en Discovery trabajan para que el contenido que ofrecen sea relevante y esté disponible en todos los formatos que los usuarios demandan: “La industria presenta cambios permanentemente y nosotros como empresa líder en entretenimiento a nivel mundial, nos adaptamos e impulsamos estos avances. Trabajamos junto a los operadores de cable y satelitales para llevar al consumidor la mejor experiencia. En este sentido, estamos robusteciendo nuestra oferta de contenido On Demand, aumentando la calidad y cantidad de títulos disponibles y conformando paquetes especiales por temática”. “Al mismo tiempo, estamos enfocados en hacer crecer Discovery Kids Play!, el primer servicio de TV Everywhere lanzado por la compañía en la región dirigida especialmente a niños en edad preescolar hasta los 8 años; y que en Argentina ya está dis-

ponible en todos los proveedores de TV paga”, agregó el ejecutivo.

Discovery en la Escuela

Discovery en la Escuela (DEE), el proyecto educativo de Discovery Networks Latin America/US Hispanic (DLA/USH) lanzó en agosto la sexta edición del concurso Maestro del Año, el cual premiará al docente de que más se haya distinguido por impulsar el uso del video en el aula y que además haya estimulado un cambio positivo en su labor para aumentar el rendimiento académico de sus estudiantes.

Este año, el concurso forma parte de la celebración del 20 aniversario de Discovery en la Escuela, proyecto que ha contribuido al desarrollo profesional de casi 100 mil maestros y fortalecido el currículum de más de 3 millones de estudiantes en más de 40 mil planteles educativos de la región con el apoyo de operadores de cable y de satélite. “La entrega de este premio tiene un significado muy especial este año, en el que celebramos el vigésimo aniversario de Discovery en la Escuela. Este premio representa una enorme oportunidad para mostrar qué tan lejos hemos llegado y hacia dónde queremos llegar”, comentó María Teresa Velasco, Gerente de Educación y Relaciones Institucionales, DLA/USH.



María Teresa Velasco

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

La nueva producción original llega desde Brasil

Sexo, política y poder son los elementos principales de La vida secreta de las parejas, que llegará en octubre a las pantallas.



La Vida Secreta de las Parejas, la nueva producción original brasileña de HBO Latin America, se estrenará el 1° octubre por HBO. Creada por Bruna Lombardi y Kim Riccelli, quien además comparte la dirección con Carlos Alberto Riccelli, la serie retrata lo que está por detrás de las apariencias, por medio de personajes cuyas vidas son impactadas por acontecimientos que sacuden los muros que esconden sus secretos.

Esta nueva y apasionante historia involucra a todas las capas de la sociedad, desde las relaciones personales más íntimas hasta la peligrosa conexión entre el poder político y el mundo corporativo. La serie transita por el universo de las terapias alternativas, mostrando una búsqueda cada vez mayor por la redención; por el ambiente de las grandes corporaciones, donde la ley del más fuerte se convirtió en la ley del más cruel; y también por el abarcador y dinámico territorio cibernético, donde es posible encontrar filtración de información y opiniones explosivas.

El personaje central de la trama es la sexóloga y terapeuta Sofía Prado, interpretada por Bruna Lombardi. Con una exitosa carrera -es directora del Instituto Tantra, un centro de terapias alternativas para parejas-, nadie desconfía que padece un disturbio emocional. Al mismo tiempo que ayuda a los demás a lidiar con sus problemas, ella lucha contra sus propios demonios.

A partir de la revelación de uno de sus pacientes, Sofía se ve involucrada en la



Roberto Ríos

investigación de una compleja red de corrupción y su trayectoria la llevará a chocar con Edgar Eleno Andreazza (Paulo Gorgulho), un banquero y empresario con gran influencia en el gobierno.

Mientras tanto, una sucesión de eventos va a llevar al influyente periodista político Vicente (Alejandro Claveaux), la fotógrafa Renata (Leticia Colin) y el experimentado detective Luís (Carlos Alberto Riccelli) hacia una investigación que puede llegar a las altas esferas del poder.

"La apuesta de HBO en otra historia instigadora y original forma parte de la estrategia de expandir las producciones en Latinoamérica de manera única e impactante. Ya contamos con 18 series originales y la Vida Secreta de las Parejas, con Bruna Lombardi y Carlos Alberto Riccelli, viene para darle aún más brillo a nuestra trayectoria," afirmó Roberto Ríos, Vicepresidente Corporativo de

Producciones Originales de HBO Latin America.

La Vida Secreta de las Parejas, filmada en distintas locaciones de la ciudad de San Pablo, está integrada por 12 capítulos de una hora de duración cada uno.

El reparto principal cuenta también con Virginia Cavendish como Miranda, socia y mejor amiga de Sofía; Fernando Alves Pinto en el papel de Jonas, exmarido de Sofía; Ondina Clais como Elisa Andreazza; Hugo Bonemer como Erick Franco Andreazza; Camila dos Anjos, en el papel de Giordana Andreazza; André Loddi como Felipe; y Bia Seidl en el papel de Alice.

La producción es de Roberto Ríos, María Angela de Jesús y Luis F. Peraza, de HBO Latin America Originals; Bruna Lombardi y Carlos Alberto Riccelli, de Pulsar; y Geórgia Costa Araújo, de Coração da Selva. El guión es de Bruna Lombardi y Kim Riccelli, quien también comparte la dirección con Carlos Alberto Riccelli.

Desde 2004, HBO Latin America ha producido diversos documentales, series y programas especiales en la región, como El Jardín de Bronce, Dios Inc., El Hipnotizador, Magnífica 70, PSI, El Negocio, Sr. Ávila, Prófugos, Alice, Capadocia, Hijos del Carnaval, Mandrake y Epitafios. Exhibidas en toda Latinoamérica, las series se caracterizan por la originalidad, osadía, calidad de la producción y por invertir en nuevos talentos. Todas las producciones de HBO Latin America Originals son realizadas en 4K.





CADENA
GLOBAL
DE NOTICIAS



SEPA MÁS

STAND #23

JORNADAS INTERNACIONALES ATVC 2017

ACTUALIDAD.RT.COM

Distribución:
Maya Erkova
mberkova@rttv.ru

Cooperación y Contenido:
Karina Melikyan
kgmelikyan@rttv.ru

RT EN ESPAÑOL
SU ALTERNATIVA
EN EL MUNDO
DE LA INFORMACIÓN

- 16 NOTICIEROS EN “PRIME TIME”
EN AMÉRICA LATINA, EE.UU. Y ESPAÑA
- 24 HORAS AL DÍA Y 7 DÍAS A LA SEMANA
- CONTENIDO ORIGINAL EN ESPAÑOL
- SEÑAL LIBRE Y GRATUITA

Premio y nueva producción para A+E Networks

Su novedoso ciclo para Facebook "Hoy en la Historia" va en línea con el galardón obtenido recientemente como Mejor Compañía Multimedia.



Eddy Ruiz

El canal History lanzó su primera producción original para Facebook. Se trata de "Hoy en la Historia", un bloque de 15 minutos que se transmite en vivo desde Buenos Aires por Facebook Live a través de la página Oficial de History Latinoamérica (www.facebook.com/historylatam) desde el pasado 17 de Julio a las 12 del mediodía alcanzando más de 20 millones de usuarios.

"Hoy en la Historia" es conducido por el joven presentador colombiano Diego Hernández, quien, con un tono descontracturado y acompañado por "Tío History", aborda las efemérides más relevantes del mundo y de América Latina, de forma entretenida e interactuando con los usuarios y los invitados especiales, quienes aportan sus conocimientos

y datos curiosos.

Por otra parte, el envío incluye distintas actividades, como encuestas, juegos y segmentos en conjunto con el invitado. Los usuarios de Facebook que estén viendo el programa en vivo, pueden realizar preguntas e interactuar, tanto con el presentador como con los invitados de cada emisión.

"La idea de hacer este formato se desprende de nuestra exitosa reseña diaria en redes sociales, #HoyEnLaHistoria, con los posteos de aquellas efemérides que marcaron la historia. Somos el primer canal de televisión paga de entretenimiento que tendrá un segmento en vivo de lunes a viernes en Facebook Live," destacó Cesar Coletti, SVP de Mercado de Consumidor A+E Networks Latin America.

Mejor Compañía Multimedia

En otro orden de cosas, por segundo año consecutivo A+E Networks Latin America obtuvo el TMT Media Award a Mejor Compañía Multimedia. El galardón fue creado por el portal TMT News y reconoce a aquellas empresas o individuos que operan en la industria de los medios de comunicación y que a través de sus innovadoras formas se han destacado en el último año, trabajando para proporcionar el mejor servicio posible a

sus clientes.

A través de su portafolio multiplataforma integrado por cuatro marcas de audiencias complementarias – A&E, History, H2 y Lifetime– A+E Networks Latin America provee entretenimiento lineal y no lineal, que incluye VOD, TV Everywhere, OTT, redes sociales así como contenido para la TV paga que brinda oportunidad de conexión tanto con sus clientes como con sus usuarios. *"Estamos muy orgullosos de haber sido reconocidos una vez más con este gran premio que hace hincapié en nuestra industria. Lo que nos hace únicos es la conexión que logramos con nuestros usuarios,"* manifestó Eddy Ruiz, Presidente y Gerente General de A+E Networks Latin America.



Berserk Media, de India para el mundo



Fundada en 2010, Berserk Media LLP se dedica a unir a profesionales provenientes de las distintas áreas del mundo del entretenimiento y de los medios de comunicación de la India, con el objetivo de que su contenido sea distribuido en el resto del mundo.

La empresa de syndication posee alianzas con más de 150 compañías locales de producción, distribución y broadcasting, tales como Yashraj Films, Dharma Production, UTV, Reliance Entertainment, Eros International, Shri Venkatesh Films, NH Studioz, Shemaroo y Ultra, y con los



los mejores canales de TV como Colors-Vaicom18, Sony TV, ZeeTV, StarTV, B4U y el National Broadcaster-Doordarshan. Desde que fuera fundada, Berserk Media ha sido capaz de ganar una gran reputación entre sus socios y su cobertura geográfica abarca más de 90 países en todo el mundo.

La compañía, que participa de Jorna-

das de Cable por primera vez como punto de partida para incursionar en América Latina, distribuye tanto contenido de cine como de TV producido en India en los mercados tradicionales como Estados Unidos, Europa del Este y el Sudeste Asiático, así como en los no tradicionales (fuera de la diáspora india), tales como África y Europa del Este. Asimismo, manejan todos los formatos de distribución: Theatrical, televisivos, Home video, Internet, OTT, VOD, móviles, 4K, VR 360 y nuevas plataformas digitales.

PIERCE BROSNAN

THE SON

MI FORTUNA ESTÁ
MANCHADA DE SANGRE

DOMINGO 22 DE OCTUBRE



"BASADA EN LA NOVELA EL HIJO DE PHILIPP MEYER"

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



/AMCTVLatam



@amctv_la



@amctv_la

"Jerarquizamos formatos que eran vistos como complementarios"

Desde la agencia Télam, Elisabet Blanco explicó cómo se adapta un proveedor de noticias al nuevo escenario donde el valor de lo audiovisual creció de manera significativa.

télam



Elisabet Blanco

Télam es la agencia pública argentina de noticias, dependiente del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos. Cuenta con más de 70 años de experiencia en la provisión de material periodístico multiformato a medios de comunicación, empresas, organismos e instituciones, cubriendo todas las temáticas nacionales e internacionales a través de su plataforma web multiservicio.

Para conocer más especialmente cómo funciona el área audiovisual y cómo es la relación con los operadores de Cable, Revista ATVC dialogó con Elisabet Blanco, quien se encuentra al frente de la Gerencia de Comercialización y Marketing.

"En Télam tenemos un equipo propio, multidisciplinario, constituido por camarógrafos, editores, cronistas y productores abocados a la producción de tres tipos de materiales audiovisuales: videos de generación propia grabados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, provincias de la Argentina y el exterior, streaming que los clientes tienen la capacidad de retransmitir en vivo en

forma instantánea, y recepción de señales satelitales y vía fibra en directo de diferentes instituciones nacionales e internacionales" describió.

"Además del video, nuestra oferta incluye audios, productos destinados a radios y medios digitales constituidos por programas temáticos ligados al mundo agropecuario y de innovación industrial en coproducción con organismos públicos y podcats diarios de actualidad, periodísticos con lo más importante de la agenda nacional, la cultura, el deporte y la política internacional, boletines informativos cada media hora y más de 20 entrevistas diarias", agregó la ejecutiva, ampliamente conocida en la industria del Cable, donde se desempeñó en algunas de las compañías más importantes de la región.

Luego aclaró que *"todos los contenidos que produce Télam son exclusivos y están a disposición de los abonados a nuestros diferentes servicios. La agencia es una productora mayorista de contenidos periodísticos multiplataforma"*.

-¿Qué tipo de relación comercial establecen con los diferentes tipos de clientes?

-Télam tiene una amplia trayectoria en la provisión de contenidos periodísticos a grandes y pequeños medios de comunicación, tanto a nivel local como internacional: diarios, portales web, radios, canales de televisión, cableoperadores y revistas que descargan y utilizan el material que la agencia ofrece en su portal cablera.telam.com.ar.

La amplitud temática de nuestra oferta nos permite contar entre nuestros abonados tanto a medios como a Organismos Públicos ya sean nacionales, provinciales o municipales como Ministerios, Secretarías, Municipios y

Universidades que no sólo consultan las noticias, sino que las utilizan para sus comunicaciones internas y externas. También consumen los servicios de Télam instituciones tanto del sector público como privado y empresas que requieren información confiable para sus áreas de trabajo y toma de decisiones: cámaras empresariales e industriales, sindicatos, fundaciones y asociaciones, multinacionales y Pymes.

- ¿Cuáles son los contenidos más útiles para los cableoperadores?

-Somos los únicos proveedores de material audiovisual como insumo, ya que ofrecemos el cleanfeed, poniendo de esta manera a disposición del cliente cortes de entrevistas, inserts, para que puedan elaborar sus propias composiciones de video. Los videos están disponibles en diferentes formatos, es decir, baja resolución 16:9 y en alta definición pre editados en 16:9 y 4:3, todos con duraciones de hasta seis minutos.

-¿Qué otros segmentos de clientes utilizan también el material audiovisual que brinda Télam?

-En un contexto digital, la integración de formatos es fundamental para la creación de cualquier contenido, y es por eso que jerarquizamos lenguajes que eran vistos como complementarios: infografías, videos, audios y fotos.

Basados en un mercado hispanoparlante de más de 430 millones de personas, la aspiración es alcanzar la consolidación federal para avanzar luego hacia la regionalización de la Agencia en el Cono Sur como primer paso, continuando con el resto de Latinoamérica y alcanzar, en la última etapa, la internacionalización con prioridad en el mercado hispano de los Estados Unidos.



DHE

“NO TE VAYAS”

**AHORA DHE
NO TIENE CORTES
COMERCIALES**

www.canaldhe.com



/canaldhe



@canaldhe



canaldhe

MÁS ENTRETENIMIENTO SIN CORTES

Encuétranos en el [Stand No. 20](#) o contáctanos
a través de sales@canaldhe.com

Iniciativa para recuperar el cine argentino

La llevan adelante DAC y el laboratorio Gotika. Ya se digitalizaron 52 filmes, con excelentes resultados.



DAC -Directores Argentinos Cinematográficos- y el Laboratorio Digital Gotika han puesto en marcha su Plan Recuperar para preservar y actualizar el cine nacional. Es la esperada solución al grave estado de deterioro del patrimonio filmico argentino, dándole nueva y perfecta existencia para que compita de igual a igual con las demás obras técnicamente modernizadas en las más diversas pantallas y soportes de todo el mundo.

Con el Plan Recuperar, DAC y Gotika ya están digitalizando un grupo inicial de 52 títulos, restaurándolos en formato digital 4K o superior, con total respeto por las concepciones de imagen y sonido de sus creadores pero a la altura de las exigencias tecnológicas que impedian la normal continuidad de su exhibición.

El legítimo e irrenunciable interés de DAC es revivir todas las obras recuperadas de forma que su puesta en valor posibilite que sigan generando derechos a sus directoras y directores. Un logro que además beneficia a todos los otros creadores de la obra audiovisual: actores, escritores y guionistas, intérpretes y compositores musicales.

Una veintena de obras cinematográficas de las 52 películas que integran la primera etapa del plan han podido apreciarse en funciones especiales con la increíble alta definición con la que son revividas para el público nacional e internacional. Entre ellas se encuentran: Un Lugar en el mundo, La ley de la frontera, Martín (Hache), Lugares comunes y Roma, de Adolfo Aristarain;



Juan Moreira, de Leonardo Favio; Asesinato en el Senado de la Nación, de Juan José Jusid; Perdido por Perdido, de Alberto Lecchi; Gracias por el fuego, de Sergio Renán; Tango, el exilio de Gardel, Sur y El viaje, de Pino Solanas; La película del rey, de Carlos Sorín; Hombre mirando al sudeste, Últimas imágenes del naufragio y El lado oscuro del Corazón, de Eliseo Subiela.

El 30 de junio con localidades agotadas se reestrenó en Lobos, provincia de Buenos Aires, Juan Moreira, de Leonardo Favio maravillosamente restaurada. El 3 de junio a las 19.30, en el Village Recoleta, tuvo lugar una proyección exclusiva de la versión íntegramente recuperada en formato digital 4K de La película del rey, dirigida por Carlos Sorín.

Para poder llevar adelante el proceso, Gotika trabajó en este caso sobre los negativos originales de 35 mm de imagen y sonido que se encontraban desde 1986 en el laboratorio Eclair, repatriados ahora desde Francia, más de treinta años después, por el Plan Re-

cuperar.

El material fue escaneado cuadro por cuadro, para obtener la máxima resolución y fijeza. Se utilizó un innovador tratamiento de limpieza seca y limpieza digital. La corrección de color se realizó escena por escena respetando la versión original, pero empatándola a estándares actuales.

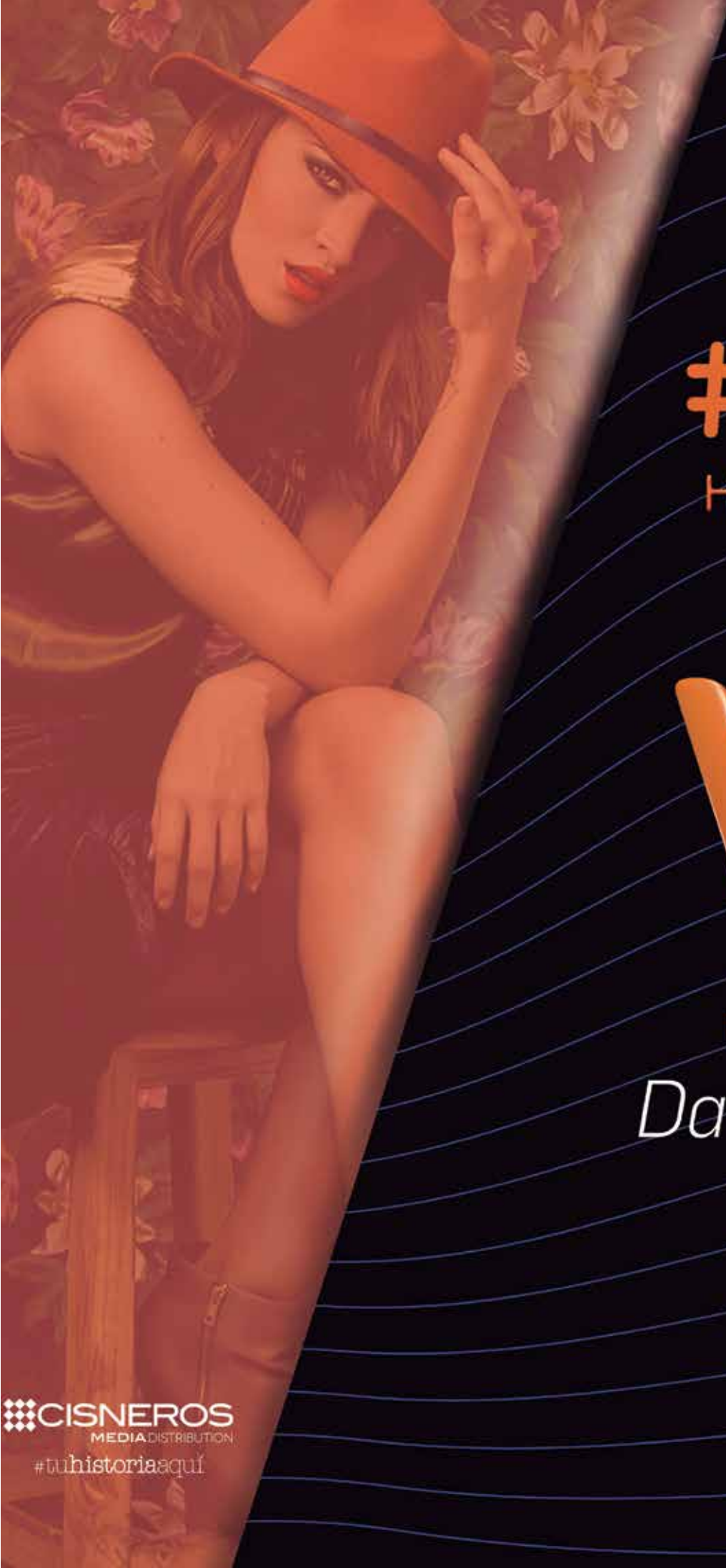
El sonido se cuidó con el mismo recelo que la imagen. Con procesos de restauración digital sobre el audio original se eliminó el ruido generado por los equipamientos utilizados durante el proceso de grabación y de esta manera se consiguió más presencia y claridad de los diálogos y la aparición de sonidos de bajo nivel como ambientes, efectos y Foley que se encontraban enmascarados por el ruido.

Para Adolfo Aristarain, "el Plan Recuperar es uno de los emprendimientos más importantes relacionados con el cine que se han hecho en este país, algo que tendría que haberse hecho hace tiempo por parte del INCAA o de Cultura. El resultado es excelente."

Según Pino Solanas, "se está haciendo un trabajo muy serio. Estoy muy contento porque van cambiando los soportes y tecnologías y las películas tienen que cambiar. Gracias a DAC hemos estado trabajando en Gotika con Félix Monti y el resultado por ejemplo con Sur ha sido de lo mejor."

"Es memorable haber podido hacer esto que tanto tiempo deseé. Me parece genial que se pueda estar restaurando las películas", aseguró el Director de Fotografía Ricardo De Angelis.





#HTM

Hazlo Tú Mismo

ve

P L U S

Date el Gusto

 CISNEROS
MEDIA DISTRIBUTION

#tuhistoriaaquí

Carlos Cabrera
ccabrera@cisneros.com

+1 (305) 442.3450

En defensa de los derechos de los autores

Argentores ocupa un lugar destacado en la vida cultural de nuestro país. La gestión de los derechos de autor es una tarea necesaria para que continúen creándose obras artísticas.

Fundada hace más de cien años, la Sociedad General de Autores de la Argentina (Argentores) tiene como misión proteger y administrar los derechos de los autores de teatro, cine, radio y televisión.

Para conocer la actualidad del sector, Revista ATVC dialogó con el Presidente de la entidad, Miguel Ángel Diani, quien acaba de renovar su mandato por otros cuatro años, con algunos cambios en la Junta Directiva.

“Trabajamos no solo desde el punto de vista económico sino también moral. Tiene que ver con el rol del autor. Luchar por un reconocimiento para el autor de parte de las grandes empresas que producen contenidos. El derecho moral es el reconocimiento a que vos seas el autor de tu obra. En la medida en que te empiezan a desvalorizar como autor, que empieza a desaparecer tu nombre en afiches, avances de TV o de películas, empieza a bajar tu cachet”, expresó. El mundo digital es especialmente complicado en ese sentido, porque aparecen materiales editados y cortados de modo tal que los nombres de los autores no aparecen. Por esa razón, desde Argentores se reclama una responsabilidad a las compañías de Internet. “Si son los dueños de la carretera, tienen que cuidar que esté en condiciones, que no haya baches. Deben hacerse cargo”, graficó el directivo.

En cuanto a los ámbitos más tradicionales, detalló: “Hemos hecho en



Miguel Ángel Diani

estos cuatro años acuerdos con ATA, por ejemplo, para lograr un sistema similar al que tenemos en la TV por Cable. A ahora se entendió que el autor debía seguir la suerte de su obra, como en teatro, que es el 10% de la taquilla. De esta manera, percibimos un porcentaje de las publicidades de los canales. Lo mismo hicimos con ARPA, y con lo vinculado a la liquidación de derechos de autores internacionales”.

Consultado respecto de los acuerdos con el sector de la TV Paga en particular, explicó: “Nosotros le cobramos a los cables un porcentaje. Hay acuerdos de reciprocidad con el resto de los países, por lo cual percibimos y liquidamos derechos referentes a toda obra que se vea en cualquier señal de cualquier país.”

El tema de los derechos de los con-

tenidos audiovisuales está en debate permanente, ya que la aparición de nuevas modalidades y plataformas de distribución modifica la ecuación. Así lo reconoce Diani, afirmando que es uno de los temas a abordar en este nuevo mandato que comienza. “Ya avanzamos en lo que es video on demand, donde tenemos acuerdos por ejemplo con diversos operadores. Ahora estamos por cerrar un acuerdo con Google por Youtube”, adelantó.

De todos modos, no es simple la tarea. “Son acuerdos difíciles de cerrar. No es como televisoras o cables, que nos conocemos hace muchos años. En este tipo de plataformas primero hay que hacerles entender que deben reconocer el derecho, que deben pagarlos”, destacó.

“La otra gran apuesta nuestra para estos próximos años es lograr una ley que tenga que ver con el pago de un canon, un derecho, por las compañías de internet. Ellos hoy por hoy no pagan un solo peso por los contenidos. Sin embargo, los explotan. La idea es pelear por una ley que, así como sucede en el caso de las televisoras o cables, reconozca un derecho”, planteó Diani.

Por otra parte, aseguró que la cantidad de obras registradas por autores argentinos “está en crecimiento continuo. Por suerte para todos los que estamos en el negocio del espectáculo, hay un registro importante”. Sin embargo, advirtió que hay “un parate importante” en la televisión de aire.

Finalmente, reclamó que desde el gobierno se le dé a la cultura un rol destacado. “Se habla de que tenemos que ser un país importante, estar conectados al mundo, pero los grandes países con economías importantes le otorgan un lugar preponderante a la cultura. Aquí no lo ven de esa manera y van achicando los presupuestos, con el consiguiente perjuicio todos. Levantar la voz en ese sentido también es parte de la labor de Argentores”, concluyó.



ESPN

EL PODER DEL VIVO



ventasafiliadosla@espn.com

“Defender los derechos adquiridos e impulsar nuevas conquistas”

Pese a que el sector atraviesa un momento difícil, SAGAI encara nuevos desafíos en representación de los actores.

SAGAI

La Sociedad Argentina de Gestión de Actores Intérpretes (SAGAI) lleva adelante la tarea de administrar colectivamente los derechos intelectuales de actores y bailarines. Para hablar acerca de la actualidad de ese sector, Revista ATVC dialogó con Sebastián Bloj, director de la entidad.

“Desde SAGAI vemos con preocupación la situación que atraviesa el trabajo de todos nuestros actores intérpretes. El lugar que se le da hoy a la ficción en las pantallas de televisión abierta es muy escaso y esto afecta directa e inevitablemente las fuentes de trabajo de los actores. Una industria que históricamente ha sido líder en la producción de series y telenovelas en toda la región, hoy muestra una merma significativa en la generación de este contenido. Mientras algunos canales no incorporan ficciones nacionales en su grilla, otros deciden abandonar las pocas que tienen para darle lugar producciones extranjeras. Es en este sentido que creemos necesario para el desarrollo de nuestra cultura y el crecimiento de esta industria, trabajar en conjunto con todas las entidades que conforman el sector audiovisual”, manifestó el directivo con preocupación.

En este contexto, las prioridades de SAGAI están canalizadas a través de la Multisectorial. Junto a otras entidades del sector, conformaron esta Mesa por el Trabajo, la Ficción y la Industria Audiovisual Nacional. *“Creemos necesario para el desarrollo de nuestra cultura y el crecimiento de esta industria, seguir focalizando, como lo venimos haciendo en la distribución de contenidos, la cuota de pantalla como método de defensa y*



Sebastian Bloj

promoción de la actividad cinematográfica, televisiva y de nuevas plataformas, el impulso al sistema de mecenazgo, entre tantos otros”, agregó. “SAGAI siempre estará defendiendo los derechos adquiridos e impulsando nuevas conquistas que logren potenciar la industria audiovisual”, aseguró en ese sentido.

En cuanto a la relación con la TV por Cable en particular, Bloj explicó: “Hoy en día, si bien es continua la gestión por el otorgamiento de nuevas licencias o cambios de titularidad, nos encontramos con una excelente gestión de cobro de este sector. Esto es producto de muchos años de trabajo en los que transitamos varias etapas, lo cual culminó con un acuerdo tanto con los canales de aire como los de Cable. Estamos muy contentos por el trabajo que hemos hecho con nuestros usuarios en general”.

-¿Qué avances se lograron respecto de los medios digitales o plataformas como Youtube?

-En cuanto a Internet podemos decir que los avances de la tecnología re-

presentan un gran desafío para nosotros. Logramos firmar acuerdos con algunas plataformas e intimamos judicialmente a otras. En el caso particular de Youtube nos encontramos en medio de un proceso legal, que iniciamos en 2014, para exigir el pago correspondiente de los derechos intelectuales.

Si bien algunos de estos medios argumentan que la convergencia digital genera una especie de “limbo legal”, donde los nuevos canales de circulación de contenido no pueden ser abarcados por la normativa existente, creemos que esto no es así. Los derechos de propiedad intelectual nada tienen que ver con el soporte por el que se transmita una ficción, ya que se trata de una cuestión técnica ajena a los mismos. Por eso, la identificación de Youtube como un medio de comunicación pública, le impone obligaciones relativas al pago de la retribución correspondiente a los actores intérpretes.

-¿Qué actividades está desarrollando la Fundación SAGAI este año?

-Como todos los años, nuestra Fundación ofrece cursos y seminarios de formación profesional, otorga subsidios y reconocimientos y promueve el desarrollo de los artistas a través de premios y actividades culturales. Entre los proyectos programados para este año llevamos a cabo las Charlas de Actuación Frente a Cámara, el Ciclo Tandem (proyecciones de películas independientes), las Charlas ODA (clases magistrales con referentes del mundo de la actuación), y una Maratón Teatral con obras producidas por la Fundación.

Economía creativa

Startups exitosas en Latinoamérica. Los jóvenes emprendedores con innovadores proyectos son capaces de transformar las sociedades en América Latina.

VISÍTENOS
EN EL STAND
NÚMERO 40

Clan, el nuevo canal infantil de RTVE

La emisora española completa así un variado menú de señales en Latinoamérica, con cuatro propuestas diferenciadas para los distintos targets.

clan

El canal infantil líder en España dirigido principalmente al público preescolar, con las mejores y más actuales series de la producción en español con actuaciones y shows en directo para potenciar la imaginación y la creatividad de los niños, está ya disponible en América Latina.

Se trata de Clan, que según las autoridades de RTVE tiene como fin *"transmitir los valores sociales: tolerancia, amistad, solidaridad y compañerismo y todo dentro de un entorno seguro y de confianza para los padres"*.

El nuevo canal infantil nace con la idea de llevar al continente americano lo mejor de la programación y de los valores del canal Clan en España y emitirá en Alta Definición (HD).

Su objetivo es satisfacer las demandas de entretenimiento y formación de los niños hasta los 12 años, prestando una especial atención a la edad preescolar -tanto la franja de 2 a 4 años como de 4

a 7 años-, a quienes irá destinado el 82% de la programación.

La programación de Clan para América incluirá los mejores y más recientes éxitos de la señal en España, tanto producción propia o coproducciones con los principales productores españoles y europeos independientes (66% del total), como de adquisiciones de producciones españolas (34%) que se ajustan al perfil y los criterios del canal.

Así lo describen desde RTVE: *"Una programación amena, divertida, participativa, educativa y formativa. La filosofía de programación hace especial hincapié en fomentar entre los niños la amistad, el respeto a los demás, la defensa de la naturaleza y del medio ambiente, la colaboración y el esfuerzo. Al mismo tiempo, quiere potenciar la imaginación y la creatividad de los niños."*

La idea es *"estar donde están los niños, pero con control; contar lo que cuentan*

los niños, pero con criterio; y soñar lo que sueñan los niños, pero con cabeza."

En definitiva, crear un entorno seguro en el que los padres puedan confiar para la formación integral de sus hijos.

Con este nuevo canal temático, RTVE completa un catálogo variado y de calidad dirigido a toda la familia y que queda compuesto por un canal generalista (TVE Internacional), un canal de noticias en español (24 Horas), un canal dedicado a la ficción española (STAR HD), y un canal dirigido a los más pequeños de la casa (Clan).



Más cerca de sus clientes

Desde hace unos meses, la empresa mexicana brinda a los cableoperadores una batería de herramientas más ágil y completa para realizar la promoción de las señales.

Los clientes de MVS Televisión cuentan desde hace unos meses con mejores medios para promocionar ante sus suscriptores las diferentes señales del grupo mexicano. Rafael Díaz Infante, Gerente de Marketing de la compañía, comentó a Revista ATVC: *"Sabemos de los retos que enfrenta hoy la TV de paga y estamos conscientes de que se deben generar nuevas y mejores estrategias para mantener al abonado frente a nuestra pantalla. Por ello, y con el afán de seguir ofreciendo a nuestros clientes las herramientas necesarias para la promoción de las señales y sus contenidos,*

pero de una manera más sencilla y rápida, es que hemos decidido llevar a cabo la renovación de nuestro portal para operadores, www.mvs-marketing.com."

A través del portal, los operadores de cable que transmiten las señales del grupo mexicano (Multipremier, Multicine, Nu music, Antena 3 y Claro Sports) pueden acceder a información vinculada con la programación de las mismas, tales como grilla, logos, destacados, e imágenes y videos promocionales. El material se actualiza constantemente, dándoles la posibilidad de planear y generar sus estrategias de comunicación y promoción con el abonado. *"Se puede desde publicar la programación del canal hasta generar una promoción cruzada en pantalla con promocionales en calidad de transmisión,"* señaló Díaz Infante.

Por otra parte, los clientes también tienen la opción de suscribirse a comunicaciones periódicas, y así recibir infor-



Rafael Díaz Infante

mación destacada de las señales para mantenerse actualizado en relación a los contenidos y estrenos de las mismas. *"Con esta actualización de nuestro servicio post venta buscamos facilitar la labor de los equipos de marketing de los diferentes sistemas al brindarles diversos materiales útiles en sus planes de comunicación y promoción,"* expresó el ejecutivo.



**SUMITOMO
ELECTRIC**

GAMA COMPLETA DE CABLES ÓPTICOS

**SUMITOMO ELECTRIC DESARROLLA Y FABRICA
FIBRAS Y CABLES ÓPTICOS
PARA TELECOMUNICACIONES
DESDE 1974**

CABLES ÓPTICOS DE LARGO ALCANCE, TRONCALES
Y DE DISTRIBUCIÓN AUTOSOPORTADOS
Y PARA USO SUBTERRÁNEO DESDE 6 HASTA 288 FIBRAS

CABLES Y ACCESORIOS PARA FTTH

CABLES DE DROP ÓPTICO DE EXTERIOR Y LOW FRICTION

CONECTORES ÓPTICOS DE MONTAJE EN CAMPO

CAJAS ESTANCAS DE DISTRIBUCIÓN ÓPTICA TIPO DOMO
PARA SPLITTEO Y EMPALMES

CAJAS TERMINALES CONECTORIZADAS PARA FTTH

| STOCK PERMANENTE |

BCD®

Innovación
& Tecnología

3 DE FEBRERO 312
S2000BKH ROSARIO, STA FE. ARG.
TEL. +54 341 425 0040
INFO@BCD.COM.AR

HTTP://
BCD.COM.AR

Estrenos y mayor distribución



Abocado al cine y a las series, el canal busca diferenciarse con contenidos Premium y programación exclusiva.



Julio Cesar Gómez

En el último año, DHE ha incrementado su penetración en América Latina llegando a nuevos operadores en toda la región de la mano de sus aliados. Después de su lanzamiento en operadores de Argentina, Chile, Uruguay y Centroamérica, entre otros territorios, desde la compañía afirmaron: “En Jornadas Internacionales esperamos llegar a los operadores en los que no estamos aún”. En cuanto a la diferencia de su propuesta respecto de la gran cantidad de ofertas de señales de cine que hay en la región, explicaron a Revista ATVC que “el mayor diferencial del canal está reflejado en el nuevo eslogan ‘Más entretenimiento sin cortes’, el cual permite que los televidentes puedan disfrutar de toda la programación sin interrupciones. Esto se complementa con un contenido

cinematográfico que incluye producciones de Hollywood de todos los géneros, y una pequeña parte de cine extranjero independiente. Nuestra librería incluye producciones 2015 y 2016, con series, películas y actores ganadores de Oscar”. También afirmaron que la repercusión de las últimas actualizaciones como DHE Sin Cortes fueron bien recibidas por la audiencia: “A los televidentes les ha encantado el cambio, puesto que tienen la oportunidad de ver todo el contenido del canal, con características Premium. Esto se ha visto reflejado en los comentarios y mensajes a través de las redes sociales y en la cantidad de televidentes que cada día va en crecimiento. Por otro lado, los operadores, ven en esta estrategia un diferenciador al tener la oportunidad de tener un canal con características Pre-

mium en el básico, lo cual agrega valor a sus operaciones”.

Por último, detallaron los contenidos que ofrecerán en los próximos meses. Habrá películas como “El Sacrificio” con Radha Mitchell, “Hija de Dios” con Keanu Reeves, o “De amor y oscuridad”, de la actriz y directora Natalie Portman. También está el atractivo de las series, con el estreno el 10 de septiembre del último capítulo de la segunda temporada de la serie de Robert Rodríguez “Del Crepúsculo al amanecer”, la producción en exclusiva de DHE para Latinoamérica.

Contenido brasileño para el mundo



InteracTV tiene a su cargo la representación de señales de ese país. Incrementar la penetración en Latinoamérica es su prioridad en este momento.



Desde InteracTV, Marcelo Assumpção lleva adelante la distribución internacional de diversos contenidos televisivos de Brasil. Para conocer más a fondo la actividad de la empresa, Revista ATVC dialogó con él.

-¿Cuál es en este momento la oferta de InteracTV para la región?

-Representamos los canales del Grupo Bandeirantes de Comunicação: Band Internacional y Band News para Latinoamérica -excepto México- y el Caribe, y los contenidos de Trip Brasil Channel para VOD en todo el mundo. En cuanto a esto último, toda la distribución internacional es nuestra. La idea es tener el canal lineal a fin de año para Brasil, en portugués, y en 2018 para Latinoamérica, en español.

-¿Qué atractivos ofrece la programación brasileña en el resto de los países?

-La producción brasileña es reconocida



Marcelo Assumpção

en todo el mundo por su calidad. Además, hoy existe un flujo muy grande de personas entre los países de América Latina. Así que es la oportunidad de que todos tengan más contacto con la lengua portuguesa y las diversas culturas de Brasil.

-¿Qué balance hacen hasta el momento de la distribución alcanzada y cuáles son las próximas metas?

-Estamos muy contentos con la distri-

bución alcanzada por las señales de BAND, principalmente por nuestro acuerdo con Cablevisión. Ya tenemos una buena penetración en Argentina y Uruguay. Estamos ahora lanzando la señal en Paraguay y avanzando en las negociaciones en Chile. Para los contenidos de Trip Brasil Channel estamos recién firmando nuestros primeros contratos de distribución.

-¿Cuál es la estrategia para conquistar la región andina, que tradicionalmente tiene menos relación con Brasil que el Cono Sur?

-Es verdad. En el pasado había una distribución de las señales analógicas, pero cuando se migró a digital esa distribución se acabó. Aún no tenemos acuerdos en la región andina, pero a través de nuestros acuerdos con las OTTs creo que vamos a ganar mayor visibilidad en esos países y así podrán abrirse puertas para nuevos acuerdos.

EL MEJOR ENTRETENIMIENTO EN ESPAÑOL



ATRESMEDIA
INTERNACIONAL



www.atresmediainternacional.com

Novedades en la pantalla de Deutsche Welle

Varios de los ciclos del canal de origen alemán se renuevan y traen nuevos episodios para su fiel audiencia latinoamericana.



A partir del 15 de Octubre se podrá ver "Música Maestra" por la pantalla de la señal de Deutsche Welle para el mundo hispanoparlante. Se trata de una serie de seis capítulos protagonizada por la directora de orquesta mexicana Alondra de la Parra. A lo largo de los episodios, la destacada artista logrará que músicos como el pianista canadiense Jan Lisiecki y violonchelista francés Gautier Capuçon revelen su faceta más privada, al tiempo que se sumerge con ellos en el mundo de la música clásica. Alondra y otros harán música juntos y llevarán al espectador a los principales escenarios del mundo.

En tanto que también habrá novedades en "En forma", el magazine de salud semanal de DW que ahonda en los temas vinculados a la medicina y wellness, la vida sana y la prevención con un enfoque tanto desde el punto de vista de la medicina tradicional como de las terapias alternativas. El ciclo presenta el

episodio "¡Dolor, déjame en paz!" el 19 de ese mes.

En todo el mundo, mil millones de personas padecen migrañas. A eso hay que sumarles quienes sufren las llamadas cefaleas en racimos y cefaleas tensionales, entre ellas incluso niños. Tomar pastillas contra el dolor de cabeza puede entrañar riesgos. Pero, ¿cómo escapar al martirio sin recurrir a los analgésicos? ¿Sirven para algo las bolsas de agua caliente, la fisioterapia y los ejercicios de relajación?

También habrá novedades en "Zonadocu", el programa de documentales que investiga en profundidad una diversidad de temas tales como política, economía, ciencia y cultura, así como naturaleza, historia contemporánea, estilo de vida y deporte. El domingo 15 estrena "Mia san mia", dedicado al fenómeno de uno de los cuadros de fútbol más emblemáticos. Amado y odiado, el Bayern Múnich polariza a los aficionados al fútbol en

todo el mundo. ¿Qué hace tan fascinante a este club acostumbrado al triunfo, especialmente en Alemania? El documental se divide en dos partes y explora el secreto del éxito y el alma de uno de los clubes deportivos más grandes del mundo. Los autores, Niels Eixler y Manuel Vering, recorrieron para ello más de 50.000 kilómetros y acompañaron al equipo durante la última edición de la Liga de Campeones de Europa.



Novedades en programación y distribución

Nuevas producciones para PlayboyTV y acuerdos de distribución en el horizonte de la compañía que distribuye señales para adultos en toda la región.



Acaba de finalizar la nueva producción original para PlayboyTV, "Autocine Playboy", un programa de 8 capítulos que se estrenará a finales de septiembre y en el cual la Playmate Panameña Kate Rodríguez hace las veces de presentadora, espectadora y guía de los mejores materiales de PlayboyTV.

Asimismo, muy recientemente se grabó contenido con la nueva Miss PlayboyTV Ecuador, también para el canal del conejito, el cual estará disponible dentro de poco tiempo, primero de forma exclusiva en HOTGO y luego a través del canal lineal. "Esto sigue la estrategia que tenemos hace varios años, de hacer foco en el contenido latino, que es lo que hoy buscan nuestros suscriptores", manifestó Omar Figliolia, Director Comercial HotGo Media.

En cuanto a distribución, la empresa de

contenido para adultos cerró importantes acuerdos para que HOTGO llegue a más cantidad de espectadores de aquí en más.

Figliolia se refirió también a los avances de la compañía en Latinoamérica: "Seguimos expandiendo nuestros negocios en Iberoamérica, apostando a nuestra plataforma de contenidos HotGo y cerrando acuerdos con todos los operadores de televisión paga en la región para la distribución de nuestra oferta para clientes de banda ancha."

Por último, afirmó: "HotGo Media tiene la misión de estar a la vanguardia en cuanto a la oferta de contenidos y sus formas de distribución. Estamos permanentemente invirtiendo en tecnología y contenidos para dar la mejor experiencia a nuestras audiencias. Sumamos producciones latinas, nuevos cortos en



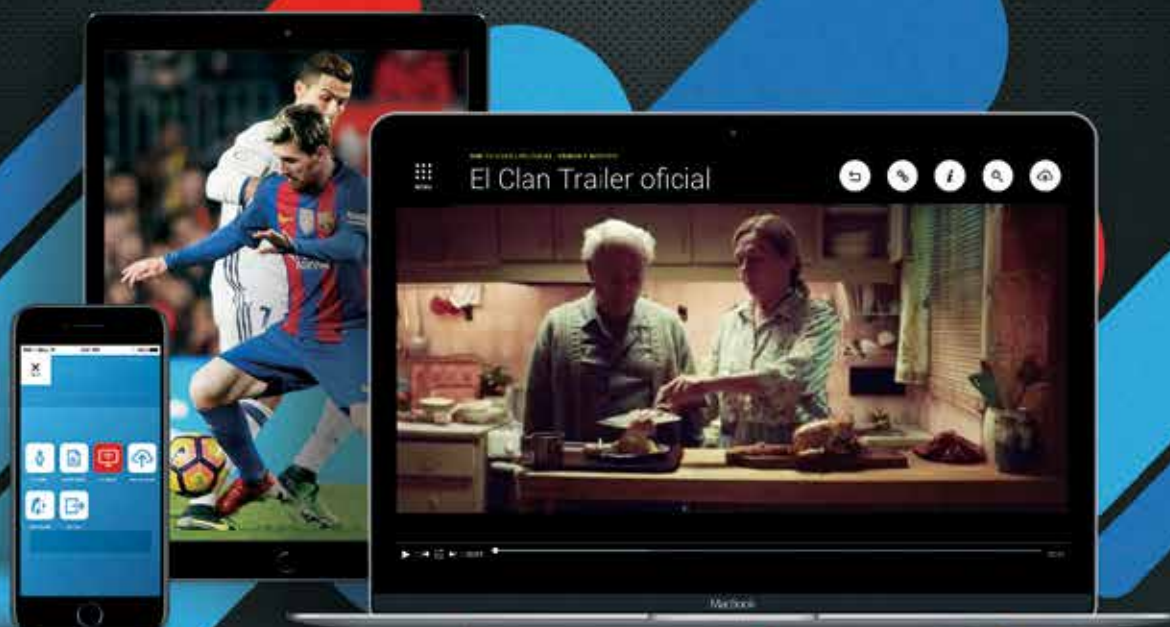
Omar Figliolia

cada marca, nuevas sex stars. Los contenidos cuentan con subtítulos disponibles en las marcas Venus, Playboy y Sextreme, y la totalidad de los mismos tienen la posibilidad de ser enviados al Smart TV a través de Chromecast, para disfrutar de los contenidos directamente en la TV."



ESPACIOGIGA

MUCHO MÁS QUE TELEVISIÓN ONLINE



Contenido Online.

Cuando quieras, donde quieras.

TELEVISIÓN EN VIVO + SERIES COMPLETAS + PELÍCULAS



Grabá contenido
en la nube



Mirá las 24 hs.
ya emitidas



Herramientas
de autogestión



Beneficios
y sorteos



Accedé sin cargo desde **cualquier dispositivo**
registrándote en espacio.gigared.com.ar

www.gigared.com.ar

UN SERVICIO EXCLUSIVO DE

 **Gigared**

Llegó la Superliga al fútbol argentino

Una nueva era comienza para el más convocante de los deportes en el país. Cómo serán las transmisiones.

Promediando el mes de agosto, y unos días antes del comienzo del Torneo de Primera División, la Asociación del Fútbol Argentino (AFA), Fox Networks Group Latin America y Turner Latin America realizaron en el hotel Hilton Buenos Aires el lanzamiento oficial de la Superliga Argentina de Fútbol (SAF), así como la presentación de TNT Sports y Fox Sports Premium, las dos nuevas señales que tienen los derechos de emisión del deporte más popular.

La Superliga es una organización con autoridades propias por fuera de la AFA, pero con estrechos lazos con la dirigencia del fútbol. Su CEO es Mariano Elizondo y el modelo es similar al que adoptaron España, Inglaterra e Italia. La intención es generar ingresos mayores a partir de la televisión, la llegada de sponsors y un concepto más ágil y moderno del fútbol. *"Es un momento importante e histórico para el fútbol argentino. La Superliga no somos solamente los dirigentes, también son los jugadores, los árbitros, los técnicos, los dirigentes"*, dijo Elizondo.

Fox Networks Group (FNG) Latin America y Turner Latin America adquirieron en abril de 2017 los derechos del fútbol argentino de Primera División por cinco años, con posibilidad de renovación por cinco más. Ambas señales iniciaron sus emisiones el viernes 25 de agosto, fecha en que comenzó el campeonato del fútbol de primera división de Argentina (temporada 2017-2018). Los 14 partidos de cada fecha se dividen entre ambas señales con transmisión Full HD, y el Superclásico se transmitirá en simultáneo. La venta está a cargo de los operadores de TV paga y será exclusiva para suscriptores, quienes además de ver los partidos en vivo tendrán acceso a una experiencia multiplataforma también en calidad full HD, con repeticiones, resúmenes y análisis.

TNT Sports

Spin-off de la exitosa señal TNT, en agosto llegó a todos los sistemas de TV paga argentinos TNT Sports. La



señal deportiva de TNT pone a disposición de sus suscriptores partidos exclusivos en vivo, resúmenes de los goles y las mejores jugadas, un destacado equipo de figuras del periodismo, análisis pre y post partido, una mirada fresca sobre el deporte y gran apoyo estadístico.

Juan Pablo Varsky conduce el programa de los domingos a las 22.30. Se trata de "TNT Gol", un envío semanal que brinda un profundo repaso por lo mejor y lo peor de la fecha, con especial énfasis en las repercusiones del clásico de turno. En cuanto a la transmisión de los partidos, la dupla principal será la de Pablo Giral (relator) y Matías Martín (comentarista). Por debajo de la dupla principal quedarán Hernán Feler, Fernando Pacini y Hernán Castillo.

Fox Sports Premium

Fox Sports Premium ofrece acceso instantáneo a los mejores partidos de la Superliga Argentina de Fútbol. La dupla principal del canal es la misma la que venía trabajando para los partidos que se emitían por la pantalla de El Trece: Sebastián Vignolo (relator) y Diego Latorre (comentarista). Otros dúos del canal también tendrán una presencia importante: Raúl Taquini (relator) y Martín Liberman (comentarista), Juan Manuel Pons (relator) y Gustavo López (comentarista), y Gustavo Cima (relator) y el Chavo Fucks (comentarista).

El programa de los domingos a la noche, que compite con el de Juan Pablo Varsky, es conducido por Gustavo López, quien vuelve así a la pantalla de Fox Sports, y Martín Liberman, quien también seguirá haciendo "Debate Final", un programa que se muda a los lunes a la noche. Cuenta con el repaso de la fecha, imágenes inéditas, goles

y polémicas. Por otra parte, algunos de los programas de Fox Sports Premium serán transmitidos en simultáneo por las otras pantallas de la señal, Fox Sports y Fox Sports 2.

"Tenemos grandes expectativas y confiamos en que Fox Sports Premium es una propuesta superadora que llevará al fútbol argentino a otro nivel, con una cobertura televisiva y multiplataforma nunca antes implementada en la Argentina, en sintonía con lo que se ofrece actualmente en las principales ligas de Europa y América", señaló Sergio Veiga, SVP & General Manager de Fox Networks Group Cono Sur



UNA NUEVA CASA PARA NUESTRA PLATAFORMA DE SEGURIDAD

Los dispositivos conectados están revolucionando el panorama de la protección más allá del video. A la hora de buscar nuevas oportunidades a través de servicios en la nube, analytics y IoT, su estrategia de seguridad debe ser redefinida.

¿Y usted, en quién va a confiar para proteger su futuro conectado?

www.verimatrix.com/es

Visítenos en IBC 2017
15-19 Sept • RAI, Amsterdam
Booth # 5.A59



Discovery Communications adquiere Scripps Networks



De esta manera, surge un jugador global altamente competitivo, fusionando las marcas y contenidos de ambas compañías.



Discovery Communications y Scripps Networks Interactive anunciaron recientemente la rúbrica de un acuerdo que le permitirá a Discovery hacerse de las operaciones de Scripps en una transacción "cash-and-stock" valuada en 14.6 mil millones de dólares, o 90 dólares por acción, según informó la primera a través de un comunicado.

Según se explicó, la idea es que la negociación se complete para principios de 2018. *"Este es un nuevo y emocionante capítulo para Discovery. Scripps es una de las mejores compañías de medios del mundo con valores excelentes, marcas fuertes, talentos famosos y formatos populares. Creemos que al unirnos con Scripps crearemos una compañía de medios más fuerte, flexible y dinámica, con contenido global que puede ser optimizado y monetizado en todos nuestros canales, productos y servicios en cada país del mundo,"* afirmó David Zaslav, Presidente y CEO de Discovery

Communications.

Por su parte, Kenneth W. Lowe, Presidente y CEO de Scripps Networks Interactive, señaló: *"A través de la pasión y dedicación de nuestros increíbles empleados, y con el apoyo de la familia Scripps, hemos construido una compañía de contenido lifestyle que toca los corazones de los consumidores cada día. Este acuerdo con Discovery ofrece una oportunidad inigualable para que Scripps fortalezca sus principales marcas de estilo de vida en todo el mundo y en canales nuevos y emergentes, incluyendo plataformas de formato corto, directas al consumidor o de streaming."* Juntas, Discovery y Scripps producirán aproximadamente ocho mil horas de programación original al año, poseerán cerca de 300 mil horas de contenido y generarán siete mil millones de streams de videos cortos al mes.

Para el nuevo portfolio, Discovery aportará los canales Discovery Channel, TLC,



Investigation Discovery, Animal Planet, Science y Turbo/Velocity, además de OWN en Estados Unidos, Discovery Kids en América Latina y Eurosport. Por su parte, Scripps hará lo propio con HGTV, Food Network, Travel Channel, DIY Network, Cooking Channel y Great American Country, además de TVN en Polonia, UKTV en el Reino Unido, Asian Food Channel en Asia y Fine Living Network.

TyC Sports celebra un nuevo aniversario

Septiembre marca el mes en el cual la primera señal deportiva 100% de la televisión argentina cumple un año más.

El 3 de septiembre de 1994, hace 23 años, Gonzalo Bonadeo inauguró la pantalla de TyC Sports con el primer programa de "Campañas". Desde entonces, el canal se caracteriza por ofrecer la mejor programación deportiva con ciclos en su mayoría de producción propia y de emisión en vivo, con la conducción y la participación de figuras que marcan la agenda deportiva como Gonzalo Bonadeo, Alejandro Fabbri, Horacio Paganini, Martín Souto, Marcelo Palacios, Ariel Rodríguez, Pablo González, Fernando Lavecchia, Cristian Garofalo, Diego Díaz y Eduardo Ramenzoni, entre otros.

La señal está de festejo, y lo refleja en su pantalla. Durante todo el mes y a menos de un año del próximo Mundial de fútbol, Rusia 2018 ya se vive en TyC Sports con la transmisión en exclusiva de todos

los partidos de las Eliminatorias Sudamericanas. Cada fecha ofrece la oportunidad para disfrutar de cerca las figuras internacionales que habitualmente brillan en las ligas europeas tales como Lionel Messi, Neymar, Arturo Vidal, Luis Suárez, James Rodríguez, Alexis Sánchez y Sergio Agüero.

Para televisar en vivo los cinco partidos de cada fecha, TyC Sports realiza un gran despliegue tecnológico y de producción con la apertura de canales adicionales para la transmisión de todos los encuentros. De esta manera, junto a la tradicional señal de TyC Sports, se abren de forma exclusiva para esos partidos las señales TyC Sports 2 y TyC Sports 3.

Asimismo, el fin de semana del 15 al 17 de septiembre el equipo argentino de Copa Davis, actual campeón de la En-

saladera, jugó por la permanencia ante Kazajistán en Astana. Con Gonzalo Bonadeo a la cabeza, TyC Sports televisó todos los partidos del conjunto nacional, así como los partidos más destacados de las semifinales del Grupo Mundial. Estos eventos especiales se suman a la grilla de programas ya consagrados, como "Estudio Fútbol", "Líbero", "Paso a Paso", "Planeta Gol", "Sportia" y "Domingol", y a las nuevas propuestas como "RNB" y "No Todo Pasa".



az cinema

az clic!

az mundo

az corazón

MOTORS
TV

FASHION|one

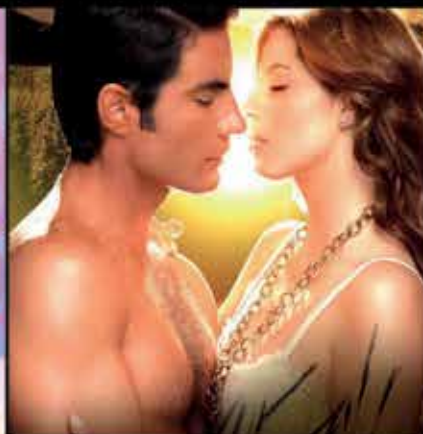
FASHION ONE 4K
FASHION STARTS HERE

Rai Italia

MIS
PELICULAS
Made in Spain

MÓRBIDO TV

CANAL
ADULTO



SGDG
DISTRIBUTION GROUP



BAND
INTERNACIONAL

BAND
NEWS

24h
tve

tve

star
tve HD

clan

INTI
NETWORK

TV
CHILE

TRACE
SPORT★STARS

VIVID

PX TV

NTN24
COM

Novelas

NuestraTele

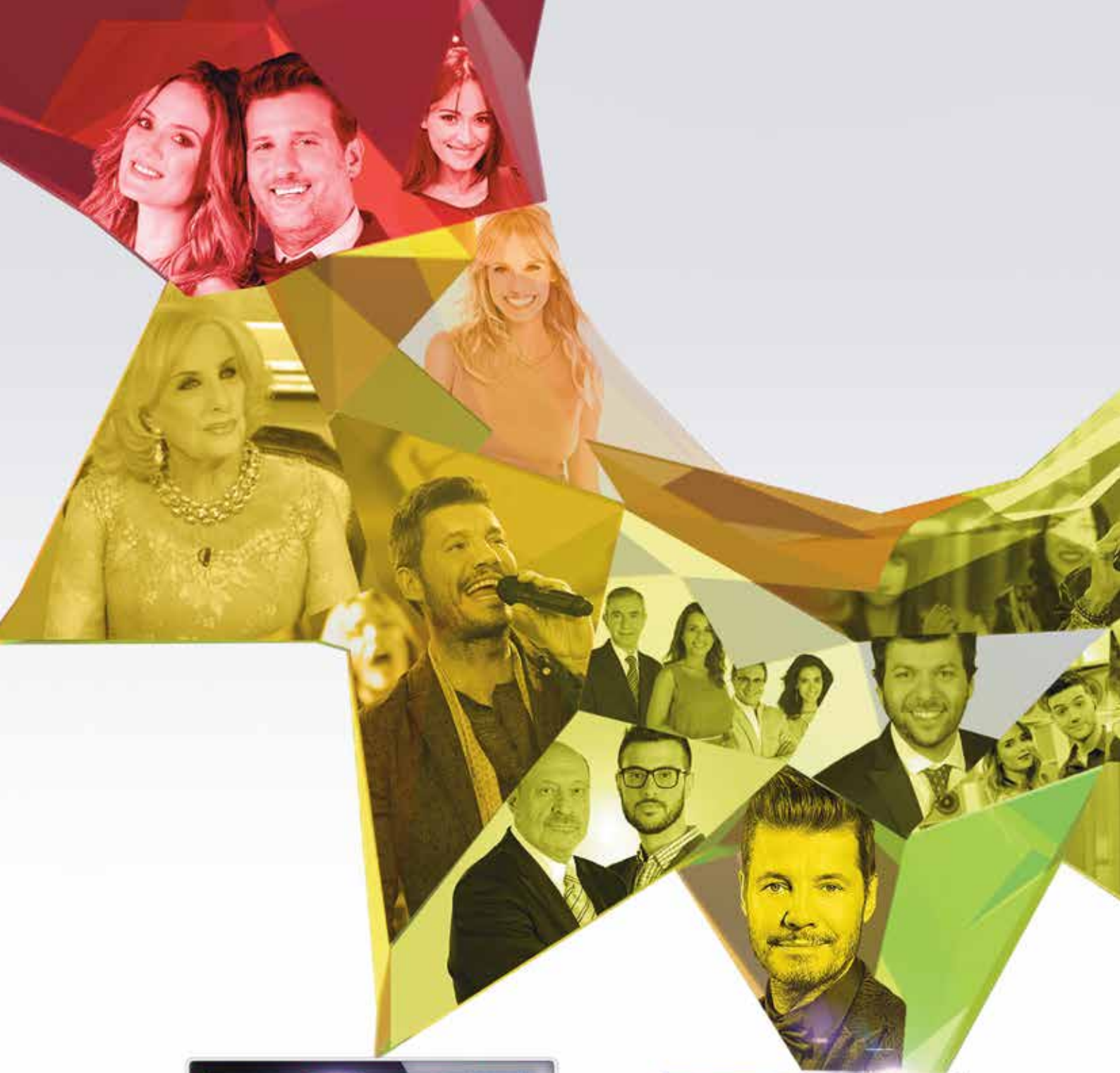
FIBA
AMERICAS
TV

enlace

sabrina.capurro@sgdgroup.com



5411 - 47745127





EL MEJOR MIX DE CONTENIDOS PARA TODAS LAS AUDIENCIAS.

Las señales líderes de Argentina para informar y entretener a sus televidentes.
La más alta calidad, dondequiera que sea.



Departamento Venta Señales
5411 4370 1395 | 5411 4339 1541



Contenidos que conectan

 @ArtearMarketing

artear
www.artear.com

Las últimas novedades de FNG en la región



El lanzamiento de Nat Geo Kids y la participación en los Premios Emmy conforman la agenda de la compañía en la actualidad.



"Jornadas es uno de los eventos más relevantes de la industria y un excelente contexto para hacer una evaluación del año y analizar las últimas tendencias junto con los distintos actores del mercado, a la vez que presentar las novedades para el próximo año," manifestó Sergio Veiga, SVP & General Manager de Fox Networks Group Cono Sur.

Junto con la reciente presentación de Fox Sports Premium en Argentina, una experiencia multiplataforma de alta calidad en Full HD con 24 horas diarias con una selecta programación de la Primera División del fútbol argentino, el ejecutivo de FNG Latin America destacó el lanzamiento de Nat Geo Kids, la señal destinada a niños de 4 a 7 años, que además del acceso a través de los cableoperadores locales está planteada como una experiencia multiplataforma, de forma que podrá verse a través de cualquier dispositivo tanto online como offline, con la posibilidad de mirar el canal en streaming.

"Nat Geo Kids es el único destino multiplataforma (Tele+App) para niños que cuenta con el respaldo de una marca como National Geographic, una de las más prestigiosas a nivel global y con un

legado de más de 129 años que reúne a los mejores científicos, exploradores, fotógrafos y realizadores de cine para crear historias que buscan generar un cambio en el mundo," aseguró Veiga.

Anfitrión de los Premios Emmy 2017

FNG Latin America fue elegido nuevamente por la International Academy of Television Arts & Sciences como anfitrión en la ciudad de Buenos Aires de las instancias de semifinales en dos categorías en la 45ª edición de los máximos galardones de la televisión mundial: los Premios Emmy Internacionales 2017. Se trata de Entretenimiento no-guionado, Documental Infantil y Entretenimiento infantil no-guionado. Personalidades relevantes del ámbito del entretenimiento, entre los que se cuentan guionistas, directores, productores y profesionales de contenido de distintos países de la región, evalúan a puertas cerradas en la ciudad de Buenos Aires el trabajo de quienes compiten en las categorías a evaluar.

"Las instancias de semifinales son cruciales dentro del proceso de evaluación de los International Emmy Awards. Agradecemos la participación de FOX



Sergio Veiga

Networks Latin America para reunir este año nuevamente al jurado de líderes y expertos de televisión," expresó Jessica Franco, Gerente de Jurados de International Emmy Awards.

En tanto que Edgar Spielmann, EVP & COO de Fox Networks Group Latin America, comentó: *"Nos complace que Fox Networks Group Latin America sea una vez más anfitrión de las semifinales del Emmy Internacional. Nuestra presencia panregional y compromiso con el talento audiovisual latinoamericano posibilitó serlo el año pasado en la ciudad de México y ahora en Buenos Aires. Esperamos continuar haciéndolo en las diferentes ciudades en las que nuestro grupo opera"*

Young Sheldon, estreno por Warner Channel



En el marco de la temporada de estrenos, Warner Channel presentará en exclusiva "Young Sheldon": la historia de infancia de Sheldon Cooper de The Big Bang Theory, que mostrará cómo este personaje, ya desde pequeño, revelaba su avanzada inteligencia, sus extrañas manías y una personalidad tan indescritible como extremadamente divertida.

"Young Sheldon" es una nueva creación de Chuck Lorre, el responsable de éxitos como The Big Bang Theory, Two And a Half Men, Mum y Mike & Molly, y cuenta con la activa participación y producción ejecutiva de Jim Parsons, quien da vida al Sheldon Cooper adulto. El elenco de la serie está compuesto por Iain Armitage (Sheldon), Zoey Perry

(Mary), Lance Barber (George Cooper), Annie Potts (Meemaw), Raegan Revord (Missy) y Wyatt McClure (Billy Sparks), entre otros.

Esta nueva serie será la ocasión para ver a algunos personajes que siempre han rondado la vida de Sheldon Cooper en The Big Bang Theory. A su madre Mary se sumará Billy Sparks, uno de los seis enemigos de toda su vida junto otros como Will Wheaton y Joel Schumacher. Sparks pasó a esta lista por dejar defecaciones de perro en el manubrio de su bicicleta. También estará presente su abuela, quien debe ser la persona por la que Sheldon siente mayor predilección en su familia.

Junto a "Young Sheldon", Warner Channel presentará a partir de octubre, las

renovaciones de temporadas de series como The Big Bang Theory (temporada 10), Arrow (temporada 6), The Flash (temporada 4), DC's Legends of Tomorrow (temporada 3), Supergirl (temporada 3), Riverdale (temporada 2), Supernatural (temporada 13) y Arma Mortal (temporada 2).





CONTENIDOS PARA TODOS LOS MEDIOS

■ MEDIAKIT.TELAM.COM.AR

Líneas rotativas: (54-11) 4339-0300 - comercializacion@telam.com.ar
Bolívar 531 - C.P.1066 - C.A.B.A - Argentina

CABLER.TELAM.COM.AR

Convergencia Show convocó al mercado mexicano

La segunda edición del evento que reúne a los principales actores de la industria en territorio azteca tuvo un auspicioso desarrollo.

Comparado con aquel comienzo en 2016, la nueva edición de Convergencia Show que se desarrolló en el World Trade Center de la ciudad de México el 11 al 13 de julio mostró un crecimiento tanto en contenidos como en asistentes.

Los organizadores se mostraron satisfechos, no solo por la buena afluencia de público local, sino también por la presencia creciente de operadores de TV paga de otros países como por ejemplo Honduras, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica.

Esta vez el show contó con el respaldo institucional que le dio la presencia de Instituto Federal de Comunicaciones (IFT), la Secretaría de Comunicaciones y Transporte de México, la Asociación de Telecomunicaciones Independientes de México (ATIM) y la Federación de Asociaciones de Telecomunicaciones de Mesoamérica (Fatem).

La presencia de los principales jugadores en las áreas de programación, tecnología y servicios permitió al evento duplicar la cantidad de metros cuadrados de la exposición y convertirse en una de las ferias de mayor envergadura de Latinoamérica.

El acto inaugural fue protagonizado por José Guadalupe Zuno Cuellar, presidente de la Asociación de Telecomunicaciones Independiente, Roy Salazar, titular de la Federación de Asociaciones de Telecomunicaciones de Mesoamérica, María Elena Estavillo, comisionada del Instituto Federal de Telecomunicaciones, y Edgar Olivera, subsecretario de Comunicaciones de SCT.

Puertas abiertas

Según Salomón Padilla, vicepresidente de ATIM, "en México hubo durante mucho tiempo un ámbito de encono entre los participantes de la industria y hoy podemos ver cómo todos los participantes de la industria tienen las puertas abiertas para desarrollar sus negocios en el marco de esta exposición y eso trasladarlo



a todos los ámbitos que abarcamos".

En la primera jornada de Convergencia Show se destacaron las conferencias y workshops ofrecidos por Fox Networks International, Megacable, que presentó su plataforma de TV everywhere Xview, y Pico Digital, entre otros, además del foro "Los canales de noticias en México: Posicionamiento y desarrollo", donde participaron Arturo González, director general y de noticias de Telefórmula, Francisco Ramírez, director de noticias de TVC Noticias, Roberto Velázquez, director de El Financiero TV, y Luciano Pascoe, director de ADN 40.

El segundo día de actividades contó con el Foro de TV pública: la agenda digital en la convergencia, integrado por tres presentaciones.

La primera exposición de esta sección fue "El reto del cambio tecnológico de las televisoras públicas para afrontar la convergencia", a cargo de Blanca Ibarra, Gabriel Torres, Germán Ruiz y Carmen Soriano.

TV pública y convergencia

A continuación, llegó "El nuevo paradigma de producción audiovisual de las televisoras públicas frente a la convergencia", donde participaron Manuel Gálvez Cruz (Coordinador de producción del Sistema público de Radiodifusión de México), Jacaranda Correa (Directora del proyecto Lab-22) y de Luis García de la Cruz (Director del Centro de Comunicación

de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco).

El Foro culminó con la mesa sobre "Acciones de las televisoras públicas frente a la fragmentación de la audiencia", donde hicieron sus aportes Guillermo Orozco Gómez, Responsable de la Cátedra UNESCO de alfabetización mediática e informacional de la Universidad de Guadalajara, María Lizarraga, titular de la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales del Instituto Federal de Telecomunicaciones, y Olga Durón, Coordinadora General del Instituto Morelense de Radio y Televisión.

Además, se desarrolló durante esa segunda jornada el "Panel de producción audiovisual en México, de cara a la convergencia", integrado en esta ocasión por Mario Muñoz Huerta (Televisa), Gustavo Loza (Adicta Films), Billy Rovzar (Lemon Films), Ramón Salomón (TV Azteca), Mayolo Reyes (Canal Once) y Mariano Carranco (BTF Media).



f t i /AZ TV DE PAGA



VISIÓN INDISPENSABLE



ES MÍO

LOS MÁS GRANDES Y EXITOSOS
FORMATOS. INFORMACIÓN,
DEPORTES, GASTRONOMÍA, VIAJES,
REALITYS Y MUCHO MÁS.



f t i /AZ MUNDO TV

LAS MEJORES TELENÓVELAS DE
DRAMA, COMEDIA, CLÁSICAS Y
JUVENILES.



LA VIDA
QUE SUEÑAS

f t /AZ CORAZON TV



CONECTA
TU VIDA

UNA PROPUESTA PARA LOS QUE
BUSCAN ESTILO DE VIDA, VIAJES,
MÚSICA Y GLAMOUR.



f t i /AZ CLIC TV

CONTENIDOS EXCLUSIVOS Y EL
MEJOR CATÁLOGO DE PELÍCULAS
DEL CINE DE ÉPOCA MEXICANO, EN
BLANCO Y NEGRO Y A COLOR.



< INOLVIDABLE >

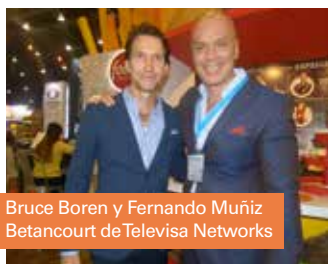
f t i /AZ CINEMA TV



EVENTOS



Alfonso Ponce de León de Satmkt, Pablo Mancuso de Acción Group y Guillermo Hidalgo de IntiTV



Bruce Boren y Fernando Muñoz Betancourt de Televisa Networks



Claudio Ramírez y Juan Youshimats de EWTN



Gerardo Cantón, Julieta Lorenzo y Alejandro Kember de AMC Networks



Jorge Gutiérrez, Paulina Murillo y Erika Grothe de TV Azteca junto a Bruno Pruneda de StarTV



José Zuno Cuellar presidente de ATIM, su esposa y Salomón Padilla de ATIM



Manolo Arnanz y Jorge Gambier de ReporTV



Pino Pompeyo de RFI y Olivier Mortier de France24



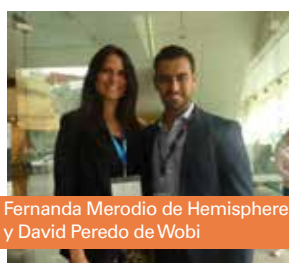
Juan Manuel Betancor de TyC Sports junto a Jonathan Artega y Nadia García de Turner



Diego Tanco de Wellav y su esposa Laura Zárate junto a Willy Hernández de Condista



Nora Abrego y Mauro Páez-Pumar de Food Network



Fernanda Merodio de Hemisphere y David Peredo de Wobi



JulioCésar Gómez y Camila Sandoval de DHE junto a Carlos Cabrera de Venevision



LAS VOCES DEL MUNDO

En español y otros 13 idiomas

PROGRAMAS DE AUDIO 24/7:

- 14 canales con noticias internacionales en español, portugués brasileño, francés y otros idiomas
- 2 canales musicales

Recepción gratuita vía stream Internet y/o por los satélites Hispasat 1E, SES 6 y Anik F1.

americas@rfi.fr



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

Caper participó de SET Brasil

La cámara de fabricantes de equipamiento estuvo presente en Brasil para un importante encuentro del sector.

Caper 2017 se llevará a cabo en el Centro Costa Salguero de la Ciudad de Buenos Aires del miércoles 25 al viernes 27 de octubre próximo. Cabe destacar que la exposición ya cuenta con 70 empresas participantes, que superan los 2000 metros cuadrados de superficie neta de stands.

Por otra parte, se han confirmado a la fecha la realización de dos Master Classes, a cargo de ADF, Directores de Fotografía Cinematográfica Argentina, y de AES, Audio Engineering Society sección Argentina, además de varias Mesas Redondas y Conferencias a cargo de destacados disertantes.

Antes de eso, y en el marco del convenio de cooperación firmado con la SET (Sociedad de Ingeniería de Televisión de Brasil) con el fin de intercambiar experiencias y conocimientos para fomentar el desarrollo de la Industria Audiovisual a nivel regional, la Cámara Argentina de Proveedores y Fabricantes de Equipos de Radiodifusión participó el pasado mes de agosto del evento anual de la entidad brasileña,

la SET Expo. En esta ocasión, no sólo lo hizo con un stand institucional, sino también como disertante en una de las Mesas Redondas del Congreso llevado a cabo en paralelo a la muestra de equipamiento.

Caper fue invitada a participar de la Mesa Redonda "Internacionalización del ISDB-T", la cual tocó el tema del standard de Televisión Digital adoptado por la mayor parte de los países de Sudamérica. La presentación contó con la moderación de Luiz Fausto de Souza Brito, Especialista en estrategia y regulación de la Red Globo y Vicedirector de Tecnología de SET.

En representación de la Cámara Argentina disertó la Ingeniera María Eugenia Muscio, Asesora Técnica de CAPER, quien se refirió a experiencia argentina en la adopción de la norma de Televisión Digital ISDB-T, los avances desde su implementación y la compleja situación del espectro a causa de la convergencia.

Muscio comenzó su presentación con un breve recorrido por varios momen-



tos claves de la televisión en nuestro país: desde su inicio en el año 1951. Por otra parte, informó que durante el año 2016 la Cámara realizó aportes ante la Comisión Redactora de la nueva Ley de Comunicaciones Convergentes, que unificará las leyes de Servicios de Comunicación Audiovisual y de Telecomunicaciones, y cuyo contenido aún se está debatiendo en el país. Para finalizar, abordó la situación actual respecto al Apagón Analógico que está previsto en Argentina para septiembre del 2019.



Novedades en APTC

La entidad busca optimizar sus servicios y contribuir directamente a la mejora del sector.

A 20 años de su fundación, la Asociación Peruana de Televisión por Cable (APTC), sigue bregando por agrupar y representar a los cableoperadores de todo el Perú para velar por los intereses y el progreso de sus asociados así como representarlos ante las diversas autoridades a nivel nacional y extranjero.

Desde 1999, la asociación fomenta el respeto a las normas legales, combate la piratería e incentiva y promueve la formalización de sus asociados a través de charlas informativas, capacitaciones, entre otras acciones que buscan erradicar definitivamente la piratería y toda acción que perjudique el trabajo conjunto entre el gobierno central y el empresariado formalmente constituido.

Por ello, y en mérito de fortalecer su

reconocida labor como único representante institucional de las empresas que conforman la industria del cable en el Perú, ha visto por conveniente nombrar al abogado Emilio Rossi Freyre, como su nuevo Gerente General. Con este nombramiento, la APTC, actualmente bajo la presidencia de Demóstenes Terrones Fernández, establece una visión de futuro y renovación, optimizando sus servicios y contribuyendo a la mejora del sector.

Emilio Rossi cuenta con experiencia en propiedad intelectual, derecho de la competencia, derecho del consumidor, derecho de las telecomunicaciones, derecho administrativo y regulatorio, además de haber participado en operaciones antipiratería a nivel nacional. De este modo, el flamante directivo se convierte en la cabeza visible de



Emilio Rossi

la asociación frente a la necesidad de establecer y gestionar políticas de desarrollo y optimización a favor de sus asociados, que contribuyan al desarrollo y la aplicación de nuevas tecnologías utilizadas en la industria de la televisión paga.



**PODÉS AMARLO. PODÉS ADMIRARLO.
HASTA PODÉS ENVIDIARLO.
LO QUE NO PODRÁS ES DEJAR DE VERLO.**

En Fox Sports Premium te vamos a mostrar al Fútbol Argentino como nunca lo viste
y como lo que realmente es: el mejor espectáculo del mundo.



CANAL 24HS HD, LOS 365 DÍAS DEL AÑO

Llega a nosotros un nuevo "Docsis Recargado"

Por Juan Ramón García Bish*

La voracidad de los clientes consumiendo Internet parece no tener límite y nuestros recursos para atender esa demanda comienzan a agotarse. Durante casi veinte años la normativa Docsis fue aplicando modificaciones que, podríamos decir, fueron solo pequeños parches tratando de atender ese mayor consumo. La última de esas pequeñas modificaciones fue la versión 3.0, que introdujo el concepto de "Channel Bonding", o agrupación de canales, para poder ofrecer mayores velocidades.

Ahora llega a nosotros la nueva versión Docsis 3.1, que resulta realmente revolucionaria porque viene recargada con una nueva serie de características que permiten vislumbrar un futuro promisorio. Además, ya se está hablando de la futura evolución de Docsis mas allá del 3.1.

Mucho se habla de que, con esta nueva versión, Docsis logró el objetivo de alcanzar a los servicios de fibra óptica hasta la casa del cliente, que ya están ofreciendo una capacidad de 10 Gbps y prometen llegar a 40 Gbps en un futuro cercano.

Docsis 3.1 rompe con todas las ataduras que arrastró durante dos décadas, y la primera de ella es abandonar la canalización de 6 MHz que tomó como un legado de la vieja TV analógica. Ahora, el canal será de 192 MHz, que es el equivalente a 32 canales de 6 MHz. Pero no se queda allí, sino que además busca aumentar la eficiencia espectral operando con esquemas de modulación más elevados y aumenta la robustez del sistema con OFDM y nuevos esque-



Juan Ramón García Bish

mas de corrección de errores.

Con todo este arsenal de herramientas, Docsis 3.1 promete alcanzar velocidades de 10Gbps en downstream. Aunque muchos se aferren a este número para aseverar que Docsis alcanza a los sistemas de fibra óptica hasta la casa, en realidad la carrera todavía no está ganada.

La primera pregunta que todos nos hacemos es si nuestras redes están preparadas para operar con esta nueva versión de Docsis y la respuesta es "NO". O, siendo más precisos: "Podremos aprovechar muchas de las ventajas que nos ofrece Docsis 3.1, pero para alcanzar la promesa de los 10 Gbps deberemos hacer operaciones de cirugía mayor.

Hagamos un análisis más detallado sobre los sistemas que operamos actualmente.

1ra Etapa: Sacar provecho de inversión existente en HFC

En la mayoría de los casos tenemos redes HFC de 750MHz u 860 MHz de an-

cho de banda con Split americano (retorno 5-42 MHz).

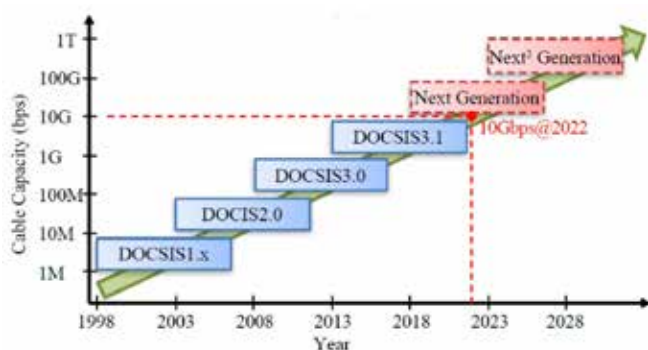
Seguramente podremos disponer de 16 canales de 6 MHz para downstream y tan solo 4 canales para upstream, ya que la parte más baja de espectro es muy ruidosa y no puede utilizarse. Con esa asignación de recursos podríamos llegar con Docsis 3.0 a una oferta de capacidad de 620 Mbps en downstream y 108 Mbps en upstream.

2da Etapa: Resignación analógica

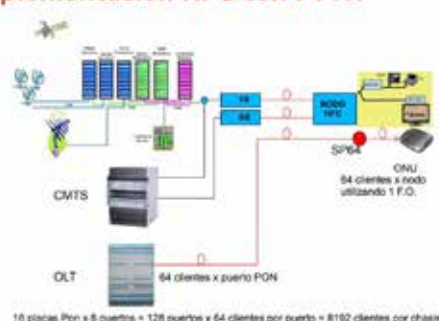
Para poder ofrecer mayores velocidades necesitamos disponer de mayor espacio en el espectro de frecuencias y si hay alguien que debe cederlo son los servicios analógicos. Reduciendo la oferta de señales analógicas podremos disponer de 32 canales para downstream, pero el cuello de botella lo tendremos en el upstream, ya que seguirá siendo de tan solo 4 canales. Así llegamos a una oferta de velocidad de 1240 MHz en downstream con los mismos 108 MHz en upstream. Podríamos decir que alcanzamos a la velocidad que ofrece la Fibra Óptica con EPON, pero la asimetría es de 11 veces contra la fibra que ofrece un servicio simétrico.

3ra Etapa: Upgrade a 1002 MHz & Midsplit

Si bien podemos aprovechar los beneficios de Docsis 3.1 con nuestros viejos sistemas de 860 MHz, lo ideal es efectuar un upgrade o actualización extendiendo el ancho de banda hasta 1002 MHz. Extender el ancho de banda llegar hasta 1200MHz sería ideal, pero no siempre es posible. Además, necesitaremos cambiar también el Split para aumentar la capacidad de retorno. La



Complementación HFC con FTTH



Claro
sports

LO MEJOR DEL DEPORTE MUNDIAL

WU music

SOMOS LO QUE ESCUCHAS

MP
MULTIPREMIER

MOMENTOS DE PELÍCULA

MCHD
TENSIÓN ADICTIVA


Antena 3

Lo mejor en entretenimiento y actualidad

MVS
Televisión

Datos de contacto: **Sandra Chávez Tovar**, Subdirectora de Ventas Latam

Tels: (+52) 5764 8100 Ext. 4504 / 4505

Mail: schavez@mvs.com

ila renovamos para ti!

WWW.MVS-MARKETING.COM



banda de retorno midsplit se extiende desde 5 hasta 85 MHz.

Con este espectro podremos disponer de tres canales de downstream de 192 MHz y ofrecer una velocidad cercana a los 5 Gbps con 4096 QAM, mientras que en upstream podremos ubicar tres sub-bloques de 24 MHz y llegar a 526 Mbps con 1024 QAM. Esto deja libres solo 320 MHz para los servicios de TV analógica & Digital. Además, debemos considerar una transición gradual de Docsis 3.0 a Docsis 3.1, o sea que coexistirán canales SCQAM de 6MHz con canales OFDM de 192 MHz, con lo cual la eficiencia baja. Por otra parte, de acuerdo a la calidad de nuestros sistemas HFC, quizá no podamos llegar a 4096 QAM en downstream y 1024 QAM en upstream.

4ta Etapa: Más allá de Docsis 3.1

Para poder alcanzar el objetivo de 10Gbps en downstream y una mayor simetría en las velocidades se requiere disponer de mayor ancho de banda y a la vez de mejor BER/MER para operar con modulaciones de mayor orden. Se estima que la versión 3.1 alcanzará su máximo esplendor para el año 2020 y comenzará a agotarse para los años

2023/2025. Sin embargo, ya empiezan a vislumbrarse algunos de los cambios que implementarán sus sucesores:

a.- Remote PHY: mover la capa física de Docsis al Nodo.

El enlace entre el CMTS y el nodo será digital, mejorando así el BER y MER

b.- Full Duplex Docsis: Utilizar toda la banda para downstream y upstream.

Requiere remote PHY y además Nodo+0.

c.- Extended Bandwidth Docsis: trabajar sobre el rolloff

Aumenta el ancho de banda disponible. Requiere Nodo+0

d.- FTTH - Fiber to the tap: Llegar con la Fibra Óptica hasta el tap

El único tramo coaxial sería la bajada o conexión del abonado.

Tal como podemos ver, las primeras etapas realmente representan un mejor aprovechamiento de la inversión realizada en HFC, pero a medida que vamos avanzando, los cambios son más profundos y poco a poco llegaremos a una reconstrucción total de nuestro sistema. Quizá la mayor ventaja de Docsis sea este gradualismo que garantiza la interoperabilidad con las versiones anteriores. Comenzamos a acostumbrarnos a esta realidad de inversión

continua que ya nos está obligando a un recambio de CMTS & CM cada dos o tres años... es una bola de nieve que resulta imposible de parar.

Vemos como Docsis aparece recargado con una serie de nuevas herramientas que le permitirán evolucionar y ofrecer mayores velocidades. Sin embargo, también vemos como exige una adecuación de nuestras redes para poder sacar el mayor provecho.

La gran pregunta que muchos nos hacemos es hasta qué punto debemos seguir esta continua evolución de Docsis y cuándo debemos abandonarlo para saltar a las arquitecturas de fibra óptica hasta la casa del cliente. Para todos aquellos que estamos operando una red HFC con Docsis quizá sea hora de comenzar a pensar en una red paralela superpuesta de fibra a la casa sobre la cual descargar a los clientes que requieren servicios de mayor velocidad. Esto permitirá diferenciar un servicio Premium a la vez que descargamos la red HFC prolongando la vida útil de la misma.

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

Se lanzó la convocatoria para los Premios CUTA

Los interesados puede presentar sus programas. La entrega de los galardones será en diciembre, con una importante ceremonia.

La Cámara Uruguaya de Televisión para Abonados (CUTA), que agrupa a los cableoperadores de la República Oriental del Uruguay, hizo pública su convocatoria a participar de una nueva edición de los galardones que entrega anualmente: los "Premios CUTA 2017", en este caso. El certamen servirá para seleccionar y premiar a los mejores contenidos, realizaciones y personalidades de la Televisión del Interior del País del 2017.

"Junto a la organización de GRUPO ISOS, trabajamos en la realización de una ceremonia de entrega de premios a realizarse próximo a fin de año, en el mes de diciembre," adelantaron desde la entidad, comprometiéndose a brindar mayores precisiones a la brevedad.

La participación de los concursantes en los Premios CUTA estará organizada en 13 categorías de ternas y el jurado estará integrado en esta oportunidad por tres destacadas personalidades de la industria. Lo encabezará, como presidente,

Jackie Rodríguez Stratta.

"En esta nueva edición contamos con nuevo reglamento e inscripción para participar, los cuales se envían adjuntos y también los puede obtener de nuestra web como es habitual (www.cuta.com.uy), donde encontraran las noticias y novedades del evento," puntualizaron los organizadores.

También informaron que se encuentra abierto el plazo para la recepción de materiales a participar, contado con tiempo para el envío, hasta el viernes 15 de septiembre. Esos materiales podrán enviarse únicamente en forma electrónica a la dirección de mail cuta@cuta.com.uy.

Volviendo al acto de entrega de los premios, el evento contará con invitados especiales y promete ser una ceremonia dinámica de cena y premiación que durará dos horas.

El evento será emitidos en directo por Canal U, por Vera TV a través de internet, y por los canales locales Asociados



Washington Melo

de CUTA. Asimismo, podrá ser visto a través de streaming en la página oficial de CUTA.

"Invitamos a todos los canales locales del país a participar del certamen nacional de tan importancia para todo el interior," exhortó Washington Melo, presidente de CUTA.

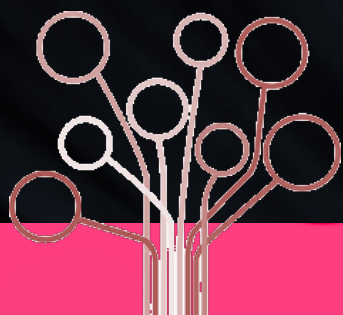


PHANTOM

Gestiona su internet en forma invisible. Fácil y rápida!



Bajo costo de implementación



Diseñado para redes FTTH y
HFC y compatible con cualquier
marca!



Acceda y gestione
toda su red desde
cualquier lugar del mundo



Controle el tráfico de su abonado
y de su proveedor
Análisis y monitoreo permanente
de su red

Análisis y monitoreo
permanente de su red



Integre
su sistema de facturación y ERP
con Phantom



+54 (11) 5273-2226
www.latinotca.com.ar

info@latinotca.com.ar
latinotca.argentina



Interlink suma novedades a su oferta



Con el objetivo de afrontar una demanda creciente, este proveedor de soluciones y software sumó nuevos productos y aspira a conquistar nuevos clientes.

La empresa argentina Interlink celebra sus 21 años de vida y lo hace presentando un nuevo producto destinado a la reducción de costos y la mejora de calidad sobre los servicios de TV Digital SD y HD. El EMR 3.0 de SUMAVISION está compuesto por un chasis de 1U y 6 slots para tarjetas de múltiples funciones, y permite eliminar los decodificadores instalados hoy en la casa de los abonados.

El Edge ISDB-T permite brindar servicios de TV digital SD y HD directo al TV del cliente, utilizando el sintonizador incorporado de los TVLED. Posee una capacidad en esta modalidad de 36 canales digitales no adyacentes, mejora el aprovechamiento de la grilla de señales y posibilita el apagado de canales analógicos.

"En resumen, lo que permite este nue-

vo producto es brindar servicios de TV digital SD y HD directo al TV del cliente a bajo costo y mejor calidad de servicio, eliminando la necesidad de contar con uno o más decodificadores por abonado", explicó Eduardo Malisani, Gerente General de Interlink.

"Por otra parte, en lo que respecta a FLOWDAT, estamos concluyendo la etapa de desarrollo de la versión 3 de nuestro software de aprovisionamiento y gestión de servicios, que contará en primer lugar con su nueva característica modular", agregó, antes de enumerar todas las posibilidades que otorgan a los operadores los diversos módulos como S.T.A.R. o Anti Fraude.

Consultado por la actualidad del mercado, Malisani señaló: *"Desde nuestra perspectiva, en la industria observamos una clara tendencia en la conversión de*



Eduardo Malisani

los cableoperadores desde las redes HFC a las de última generación FTTH, ya sea haciendo ampliaciones en la cobertura de sus redes a través de esta tecnología o mediante una paulatina migración."

"Tenemos una cartera de productos 100% adaptada"

ReportTV responde con innovación a la creciente complejidad que presentan las grillas de programación en esta etapa.

La información sobre programación es uno de los rubros que más se ha visto modificado a partir de la aparición de nuevas plataformas de distribución de los contenidos. En ese sentido, ReportTV trabajó duro para actualizar su oferta hacia los operadores.

En ese sentido, desde la compañía aseguraron a Revista ATVC que ya cuentan con *"una cartera de productos 100% adaptada a cubrir todas las necesidades que el mercado de televisión por cable presenta."* "El enriquecimiento de la metadata es hoy nuestro principal objetivo ya que entendemos que es la base para que los servicios que ofrecen los operadores de cable tengan un diferencial positivo y exploten al máximo todas las posibilidades y alternativas que las nuevas tecnologías ofrecen", puntualizó Mauro Grossi, responsable de Comuni-



Mauro Grossi

cación y Marketing.

También habló acerca de la participación en Jornadas Internacionales, donde cuentan con un stand: "Nuestras expectativas para estos eventos siempre son altas. Jornadas Internacionales es una feria que atrae a mucha gente y eso es siempre algo positivo. Estar presentes en cada edición nos da la posibilidad de estar en contacto con nuestros clientes para contarles todos nuestros avances y mejoras en los servicios que les brindamos y a su vez, estar disponible siempre para atender nuevos clientes y comenzar nuevos proyectos en conjunto".

ReportTV caracteriza al mercado de cableoperadores argentinos como "muy

Reporttv»

variado" y plantea esa diversidad con ejemplos: *"Tenemos clientes que aún no digitalizaron y nuestra guía analógica y app móvil son hoy sus soluciones para informar la programación de TV a sus suscriptores. Por otro lado, tenemos clientes como Cablevisión, al que le proveemos de nuestra mejor y más completa metadata para hacer de Flow un producto de calidad."*

Por último, Grossi explicó cómo ven desde la empresa el futuro de la industria y de su especialidad en particular: *"Los mayores competidores a los contenidos no lineales están dando batalla, con nuevas plataformas que amplían mucho el acceso a los contenidos de la TV y están transformando lo lineal en no lineal con un acceso rápido y fácil a cada suscriptor. Igualmente, entendemos que la televisión del zapping tiene un camino largo todavía por delante y nuestra intención es estar siempre a la altura."*



Discovery

Discovery h&h  ANIMAL PLANET   TLC THEATER world

VENTAS AFILIADOS: +54.11.4000.4030/4031
SERGIO CAVANESE - Regional Director
CLAUDIO SANTIAGO ISOLANI - Account Manager

"La carrera es por el gigabit al hogar"

Con soluciones tanto para Docsis como para FTTH, BCD ofrece a los cableoperadores soluciones acordes a lo que demandan hoy los suscriptores.



BCD es uno de los tradicionales proveedores de tecnología para el mercado del Cable. Este año presenta la Generación 2 de la plataforma Arris E6000, lista para Docsis 3.1, y las nuevas líneas de cablemodems y e-MTA Docsis 3.1 y Docsis 3.0 de 16 y 24 portadoras.

"En el mundo la carrera es por el gigabit al hogar y esta es la tecnología con la que Arris lo hace posible para sus clientes," afirmó Nicolás Molinari, Gerente de Ventas de BCD.

En la misma carrera, pero del lado FTTH, Calix presentará la plataforma GPON E7-2 y la nueva plataforma E9 con la que, además de hacer GPON, ya ofrece capacidades para la nueva generación de PON, XGS PON y NG-PON2.

"Por último presentamos la extensa línea de cables ópticos del conglomerado japonés Sumitomo. Además de ser uno de los pocos fabricantes de pelo de fibra de alta calidad y cables para telecomunicaciones, Sumitomo Electric fabrica

accesorios específicos para FTTH durables y muy competitivos," puntualizó Molinari.

En cuanto a la presencia de la empresa en Jornadas Internacionales, informó que habrá *"equipos en funcionamiento con todas las soluciones que ofrecemos, de manera que nuestra expectativa tiene que ver con generar un ambiente distendido y, si se quiere, entretenido en un marco tecnológico."*

Respecto de la actualidad del mercado, señaló que los cableoperadores demandan en forma creciente *"la calidad del soporte técnico post venta, la recomendación técnica con criterio profesional y la capacitación."* *"La tecnología es cada vez más dinámica y tanto los operadores que avanzan en las versiones de Docsis como los que pasan a GPON requieren este respaldo y que el proveedor de tecnología los acompañe en todo el recorrido del negocio. Nuestros clientes no aceptan 'movedores de cajas' sino que*



Nicolás Molinari

demandan acompañamiento profesional y calificado del proveedor," aseguró. *"Por esto ponemos muchos recursos en nuestro grupo de ingeniería y demandamos lo mismo de nuestros partners tecnológicos, esas dos son piezas fundamentales de nuestra propuesta de valor al mercado,"* concluyó.

EKT se focaliza en las soluciones 4K



Richard Smith

EKT, compañía especializada en la manufactura y diseño de soluciones para set top boxes, modems y Smart TV, apunta en este momento del mercado a asegurarse de que todos en la industria estén preparados para el 4K.

A la nueva plataforma Linux 4K, se le

suma una familia de set top boxes basada en Android que complementa a la plataforma Linux existente y que le ofrece al operador un STB Android de alta calidad basado en un potente SoC de 15000 DMIPS.

Apoiado en su amplia experiencia en temas de IPTV/OTT & DVB, EKT cuenta con el expertise necesario para implementar exitosamente un proyecto Android dentro del entorno de cualquier operador de telecomunicaciones. *"Hemos discutido con nuestros clientes y nuestros socios acerca de las virtudes de Android, y hemos concluido que han demostrado su compromiso con el mercado. Es por ello que EKT ha creado una plataforma Android para poder ofrecerle a nuestros clientes lo mejor en Android IPTV/OTT así como en Híbrido,"* manifestó el CEO de la compañía, Ri-

chard Smith.

Asimismo, EKT acaba de presentar una versión mejorada del novedoso SmartTV para operadores con plataforma 4K / UHD que lanzase el año pasado, el cual combina a la televisión con el decodificador, permitiéndole al operador ofrecer una experiencia de TV integrada en el domicilio del consumidor a un precio accesible. Se encuentra disponible en diferentes tamaños y es una excelente opción para operadores que buscan diferenciarse de sus competidores. *"Los usuarios ansían tener un televisor 4K, y la tecnología para ofrecérselos está disponible a un valor rentable. Nuestro trabajo es ayudar a nuestros clientes a luchar contra las presiones del mercado. Nuestro televisor para operadores es una excelente herramienta, ya que les permite ofrecer algo nuevo y cautivante,"* concluyó Smith.



elnueve

TELEARTE S.A. - LS83 - Bs.As. Argentina - Dorrego 1782 - +54(11) 3220 9999 - C1414CHZ - Bs.As. Argentina

Ventas Afiliadas: María Domínguez - maria.dominguez@canal9.com.ar / +54(11) 4778 7556

TNT apuesta a la coproducción en América Latina



Es el nuevo foco que plantea al canal para ofrecer propuestas originales y de calidad. Ya hubo estrenos y se prevén más ficciones en el futuro.

De un tiempo a esta parte, TNT viene realizando diversos acuerdos con productoras locales en la región. La primera coproducción del canal de entretenimiento de Turner Broadcasting System Latin America fue "Signos", protagonizada con Julio Chávez, en el año 2015. En aquella oportunidad se alió con Pol-K, la primera ventana fue de canal 13 y la segunda del canal TNT.

Después llegarían "La fragilidad de los cuerpos", un policial negro de 8 capítulos que se estrenó la primera mitad de este año basado en la novela homónima de Sergio Olguín, al cual se sumó Cablevisión para sus clientes, que 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.

Y también "Un Gallo para Esculapio", estrenada recientemente, dirigida por Bruno Stagnaro y ganadora del concurso de apoyo a ficciones del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). Esta vez el acuerdo fue con Underground y Boga Bogana, y la pantalla de TV abierta la de Telefe. En este caso,

los capítulos estreno los tiene TNT, y se emiten el día posterior en el canal de TV abierta. Cablevisión también fue de la partida.

Amén del acuerdo firmado con Pol-K y el MSO argentino, que implica la realización de dos series originales por año por el espacio de diez años, anunciado durante la presentación de "La Fragilidad de los Cuerpos" y que incluye "El Maestro", protagonizada por Julio Chávez y que se estrena próximamente, Turner tiene en mente coproducir localmente con otras productoras y además viene incursionando en ese tipo de acuerdos en otros países de la región.

"En Turner sabemos que tenemos posición de liderazgo en lo que es fílmico 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, tanto en lo que refiere a la factura visual como al des-



Mariano César

pliegue de recursos técnicos", comentó a Revista ATVC Mariano César, VP & Channel Manager de TNT Latin America.

El ejecutivo añadió: *"Venimos coproduciendo a nivel local en los principales mercados de América Latina: Brasil, México y Argentina. Lo hacemos con distintas modalidades, plataformas y/o formatos dependiendo del territorio. En cuanto al caso argentino, es interesante que Cablevisión se haya incorporado al proyecto, ya que eso suma a la hora de ofrecerle al usuario diferentes plataformas y vehículos para que accedan a los contenidos."*

Están en marcha los Kids' Choice Awards



Nickelodeon Latinoamérica confirmó hace pocas semanas la séptima entrega anual de los Kids' Choice Awards Argentina 2017 (#KCAArgentina), uno de los eventos más esperados por los teens & tweens donde ellos son los protagonistas. A partir del 24 de agos-

to, los más chicos podrán votar a sus favoritos de la lista de pre-nominados para las 22 categorías que se premiarán este año.

En esta edición, Nickelodeon incorpora cuatro nuevas categorías vinculadas a las nuevas redes sociales y los fans: Instagrammer favorito, Gamer favorito, Musically favorito y Mejor fandom. La instancia de prevotación culmina el 19 de septiembre. El 20 de septiembre se dan a conocer los cuatro nominados finales de cada categoría, que podrán votarse hasta el 17 de octubre, día en que se cierran todas las votaciones. Se puede votar a través de www.kcaar-



[gentina.com](http://www.kcaar-), la aplicación de Nickelodeon, Nick Play, y en Twitter incluyendo el hashtag oficial #KCAArgentina y el de cada pre nominado favorito.

Este año, los KCA Argentina prometen muchas más sorpresas para los chicos. Próximamente, se anunciarán más novedades del show donde los chicos eligen a sus favoritos del mundo de la televisión, cine, música, deporte y redes sociales.



FLOWDAT

Sistema de Aprovisionamiento para
Redes de Internet

Aprovisionamiento para FTTH y GPON - Licencias Cloud ó Local
Contabilización de tráfico por cliente: consumo, evolución, excesos
Geolocalización: clientes, estado de redes, diagnóstico y planificación
Tickets de Servicio Técnico, Mediciones de SLA y Control Anti Fraude



FIBERLINK

Solución llave en mano en **FTTH para redes N Play**

Relevamiento, diseño e implementación de la red FTTH
Plataforma triple play unificada e integral para redes PON
Equipos de densidades escalables
Soporte de servicios CATV overlay e IPTV
Provisioning Flowdat para redes basadas en Docsis, EPON y GPON



casa systems

Equipamiento CMTS Docsis 3.0 y 3.1

Equipos C40G y C100G

Docsis 3.0, 3.1 y Remote Phy
Plataforma Carrier Class
Video digital, Video IP
Conexiones de alta velocidad

Sumavision

TV Digital HD y SD directo al TV

El equipo EMR 3.0 permite:

Gestión de cualquier tipo de entradas
Combinación en chasis de 1U y 6 slots para tarjetas
Capacidad de 36 canales digitales no adyacentes
Mejor aprovechamiento de la grilla de canales

 **InterLinkLatam**

 **@InterLinkLatam**

 **InterLink Latam**

InterLink Argentina

Lamadrid 468, Ed. 2, P. 1, Of. 6

(2000) Rosario, Santa Fe, ARG.

Tel.: +54 341 5276650

e-mail: comercial@interlink.com.ar

Web: www.interlink.com.ar

“Presentamos una oportunidad única”



Así se refirió Darío Barab, CEO de Hitecno, a la oferta que brinda a los operadores para actualizar sus redes

HiTecno es una de las compañías proveedoras de tecnología. Según su CEO, Darío Barab, las novedades que están impulsando este momento son “los sistemas de monitoreo de fuga e ingress Effigis CPAT y el medidor de intensidad de campo y sonda DOCSIS Hitron CGN-DP2”.

En diálogo con Revista ATVC, el ejecutivo agregó: “En lo comercial, presentamos una oportunidad única para acceder a CMTS Casa Systems C100G y C40G”. “Los sistemas de monitoreo Effigis CPAT llegan en un momento crítico en la industria, donde cada vez es más necesario mantener la red de HCF libre de interferencias, y en el cual aparecen nuevas portadoras de telefonía que atentan contra el funcionamiento de las redes de distribución”, explicó.

También añadió que “Effigis CPAT solo necesita que los móviles del operador circulen cerca de la red física para automáticamente generar las alarmas sobre las fugas en alta y baja frecuencia y los puntos de ingreso de ruido al retorno. Simultáneamente, se pueden monitorear estos puntos calientes en los mapas y emitir los tickets correspondientes para resolver los problemas”.

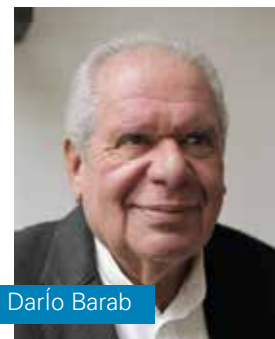
En cuanto al medidor de intensidad de

campo y sonda DOCSIS Hitron CGN-DP2, indicó que “es un instrumento sólido y robusto que simplifica la medición y el ajuste de los parámetros de la red, así como la certificación de las instalaciones de plantel exterior y domiciliarias y la búsqueda de problemas en la red. Y a una tercera parte del precio de sus competidores”.

“Por otra parte, seguimos colaborando con nuestros clientes para obtener más valor de su infraestructura instalada”, manifestó.

Luego Barab señaló que “en la línea de CMTSs, mejoramos nuestra oferta de CMTS Casa System modulares en configuraciones que permiten agregar ancho de banda en la capacidad que el operador requiera y armarse en vista a un futuro donde el Remote Phy y el DPOE convivan sobre la misma plataforma”.

Describiendo la oferta de productos de Hitecno, continuó: “Presentaremos además una nueva línea modular de transmisores y receptores ópticos para HFC con mejor aprovechamiento del espacio y gestión por IP, y sumamos una nueva línea de nodos y micronodos para RFoG, una tecnología que se ha desarrollado mucho en los últimos años y que permite que la red HFC funcione en forma



Darío Barab

similar a una red FTTH”.

Consultado sobre la actualidad del mercado, respondió que “en los últimos tiempos, se aceleró notablemente el crecimiento del ancho de banda en la distribución, etapa marcada por la ampliación y renovación de CMTSs. Nuestra sinergia con Casa Systems permite que nuestros clientes siempre dispongan de soluciones acordes a sus necesidades y con la previsión de crecimiento que acompaña a una buena inversión”.

Por último, aseguró: “Trabajamos para acompañar a los operadores en el crecimiento explosivo que está teniendo el mercado, ajustándonos a sus necesidades y comunicándonos permanentemente con los fabricantes para brindar el mejor asesoramiento, la mejor tecnología y el mejor producto”.

Importante acuerdo de VideoSwitch en Chile

La compañía provee soluciones a Canal 13 de ese país.

Esta tecnología también es utilizada en Argentina.



VideoSwitch suministró su tecnología y apoyo través de su Re-Multiplexor ISDB-Tb a Canal 13 de Chile en su incursión de transmitir su señal Televisión Digital Terrestre en HD fuera del área metropolitana.

La señal está en el aire desde el pasado 26 de mayo en la Quinta Región, específicamente el núcleo urbano de Valparaíso –Viña del Mar. El Re-Multiplexor ISDB-Tb había debutado en Argentina, operando en las retransmisoras puestas en funcionamiento por ARSAT en todo el país.

En la actualidad, VideoSwitch sigue trabajando en forma conjunta con Canal 13 de

Chile para ampliar la cantidad de equipos y soluciones dedicados a la operación de la señal de Televisión Digital Terrestre en ese territorio. A lo largo de sus 30 años de vida VideoSwitch sigue acompañando a sus clientes de toda Latinoamérica en el desarrollo de sus proyectos, con altos estándares de calidad y servicio, que la convierten en un importante referente de la industria de la Televisión Digital bajo la Norma ISDB-Tb.

“En la actualidad Videoswitch está en constante crecimiento y comprometida con la tecnología ISDBT, que es pionera en Latinoamérica. Hemos asumido

el compromiso de hacer llegar una propuesta tecnológica de alta de vanguardia y alta calidad, con soporte y garantía local a todos los países Latinoamericanos que adoptaron la norma ISDBT”, señaló el Gerente de Marketing de la empresa, Santiago González.

Desde 1987, la empresa se dedica al diseño, desarrollo, fabricación e integración de equipamiento de video y audio profesional destinado a canales de cable, canales de aire, productoras y empresas relacionadas con la generación, distribución, procesamiento y emisión de contenidos audiovisuales e interactivos.



LA MÚSICA NOS UNE



AADI CAPIF ACR

Hipólito Yrigoyen 1628, Piso 7 (1089) Ciudad de Bs. As.

0800-666-MUSICA (687422) | www.aadi-capif.org.ar | info@aadi-capif.org.ar

Asunción Media Show realizó una nueva edición

El evento que reúne a los principales actores de la industria en Paraguay brindó a los asistentes diversas conferencias.

Tras la edición número 15 de Asunción Media Show, quedó entre las instancias destacadas la mesa sobre piratería en la cual participaron ejecutivos y expertos de diversos países. La conformaron Sergio Piris, Jefe de Asuntos Legales y Delitos en Tecnología de Cablevisión, Patricia Stanley, Directora de la DINAPI (Paraguay), y Virginia Cervieri, Presidente de la Cámara de Lucha contra la Piratería y el Contrabando de Uruguay, con la moderación de Sergio Veiga, Presidente de CAPPISA.

La idea central a la cual apuntó este panel fue que la piratería va cambiando de forma y ocupa lugares cada vez más complejos. Para Cervieri, lo importante es que la prensa muestre los casos para que se conozca. Si la gente conoce los aparatos piratas, aseguró, no consume o sabe que es ilegal.

En tanto, Veiga aseguró que lo que se

está implementando en Uruguay es un buen ejemplo a seguir, y habría que ver cómo podría imitarlo desde otros países. Por su parte, desde la DINAPI en Paraguay admitieron no se puede hablar de un éxito y explicaron cuál es su limitación: el organismo llega hasta la denuncia a la fiscalía, y su actuación frente a los delitos de piratería se termina, por competencia de la misma, en ese punto.

"Yo voy a ser denunciante y no voy a ser parte del proceso. Y el fiscal tiene todo el derecho aquí en Paraguay a no darte ninguna información; queda en manos de su buena fe en compartir la información o no," comentó Stanley.

Luego Piris repasó diferentes casos exitosos de Cablevisión y variados procesos que aún se encuentran en procedimiento de fiscalización e investigación. La empresa decidió, ya en 2014, contar con un grupo de abogados internos que



trabaje en estos temas. Para el más importante MSO argentino, el aporte de la población en estos temas es fundamental. Por lo tanto, hay una web de denuncias para que la ciudadanía pueda realizar dichos reclamos.

Además del ciclo de conferencias, Asunción Media Show albergó a la Semana de las Telecomunicaciones y la Industria Audiovisual del Paraguay y a la Cumbre de Medios y Sociedad de la Información, organizada por CERTAL.

LA CADENA FRANCESA DE ACTUALIDAD INTERNACIONAL

EN ESPAÑOL A PARTIR DEL 26 DE SEPTIEMBRE

LIBERTÉ • ÉGALITÉ • ACTUALITÉ

**FRANCE
24**

Disponible ya en francés e inglés, y pronto en español.
Satélite Intelsat 21

amercalatin@france24.com



THINK FIBER. THINK COMMScope.

Dondequiera que su red se dirija, lo hace con conectividad de fibra óptica. Ninguna otra solución será capaz de ofrecerle la velocidad y agilidad que su red demanda, y nadie más que CommScope le garantiza soluciones de conectividad de fibra óptica innovadoras, para que sus redes del mañana sean de gran velocidad y ancho de banda.

Visite CommScope.com/ThinkFiber

Presente en el evento de
Jornadas Internacionales 2017

COMMScope®
commscope.com

El buen momento de Atresmedia en la región



Lanzamientos y alianzas en mercados clave ponen a la compañía española en línea con los objetivos planteados para este año.

En entrevista con Revista ATVC, la Directora de Atresmedia Internacional, Mar Martínez-Raposo, se refirió al balance que hace de este año y los planes para el 2018: "El 2017 está siendo especialmente fructífero para las tres señales: Antena 3, Atreseries y ¡Hola! TV. Es verdad que veníamos de un gran año, como fue el 2016, cuando concretamos importantes acuerdos, como el de Cablevisión en Argentina".

"En la segunda mitad de este año y durante el próximo, estamos muy confiamos en poder anunciar nuevas alianzas en mercados que consideramos clave, especialmente en el mercado hispano de EEUU. Ya lo hicimos hace pocos meses con el lanzamiento de Antena 3 en un importante operador, y le seguirán nuevos anuncios los próximos meses," detalló la ejecutiva.

En relación al contenido de las señales y el formato en los cuales lo distribuyen,

manifestó: "Creemos que el contenido televisivo y su consumo tienen mucho futuro, pero los cambios que se están produciendo nos obligan a adaptarnos. Por nuestra parte, como productores que somos, trabajamos de la mano con nuestros afiliados para que el contenido llegue en el tiempo y la forma en que sus abonados lo quieren consumir".

"Asimismo, mantenemos nuestro objetivo de ofrecer la mejor actualidad y entretenimiento, como 'El Hormiguero' a través de Antena 3 Internacional, que con 20 años en el aire, sigue aumentando su reconocimiento y presencia con una programación muy estable; los estrenos exclusivos en la región de las grandes producciones del grupo en Atreseries como 'Pulsaciones' o 'Allí Abajo', así como la información más completa de las celebridades y la realeza en ¡Hola! TV gracias a la alianza con la icónica revista ¡Hola!, que aporta un acceso directo con



Mar Martínez-Raposo

los personajes como ninguna otra señal en el mercado," agregó.

Consultada acerca de las expectativas que tiene Atresmedia en estas Jornadas Internacionales, afirmó: "Nos va a permitir, sobre todo, reforzar nuestras relaciones con los principales operadores de TV paga de la región, así como dar a conocer nuestra oferta de contenidos a otros operadores de menor envergadura, pero muy necesarios para ampliar nuestra presencia".

AZ TV de Paga continúa apostando al Cono Sur

La compañía mexicana redobla sus esfuerzos para llegar a la región más lejana de su país de origen dentro de Latinoamérica.



Jorge Gutiérrez

AZ TV de Paga es la unidad de negocio de TV Azteca creada para operar su portafolio de señales de TV paga, que posee el control directo de su distribución, venta y representación en el mercado internacional.

Revista ATVC tuvo la oportunidad de conversar brevemente con su director, Jorge Gutiérrez. El ejecutivo se refirió a la presencia de las señales del grupo en Argentina y sus expectativas en relación a la participación en esta nueva edición de Jornadas Internacionales: "Estamos trabajando muy fuerte en Argentina con la distribución de nuestras señales; muy contentos porque firmamos ya convenio con Supercanal y es un avance signi-

ficativo en el país y en la región. Gracias a nuestra representante, Sabrina Capurro, vamos poco a poco incrementando la cobertura en Argentina. Para nosotros es fundamental estar vigentes, en un mercado tan importante como lo es el cono sur".

Consultado acerca del balance que realiza luego de transcurrida la primera parte del año, Gutiérrez afirmó: "El primer semestre del 2017 ha sido muy bueno y hemos podido cubrir los objetivos de distribución y venta de publicidad. Aún falta el segundo semestre del año, pero estoy seguro que no tendremos dificultad en llegar a lo que pronosticamos. En el 2018, sin duda, continuaremos con nuestro

crecimiento en la región y en toda Latinoamérica".

Por último, el ejecutivo dejó su impresión acerca del futuro de la industria de la TV paga en la región frente a los nuevos hábitos de consumo de contenidos: "Tenemos muy claro que el consumo de canales lineales seguirá por muchos años en la región; también que hay un segmento del mercado que está consumiendo contenidos en otras plataformas, y Azteca está llevando sus contenidos a esas plataformas. En definitiva, tenemos cubiertos los frentes para que, de cualquier manera que el consumidor vea los contenidos, poder estar ahí".

VideoSwitch

DIGITAL INNOVATION

EPG SERVER **EPG VS**

VERSIONES ISDB-Tb / DVB

GUIA DE PROGRAMACION ELECTRONICA

- ✓ Generación de la Guía de Programación Electrónica y Tablas SI para normas DVB e ISDB-Tb
- ✓ Actualización de software de los STB
- ✓ Configuración sencilla y de fácil operación
- ✓ Interfaz de usuario dinámica e intuitiva
- ✓ Adaptable a diferentes entornos y necesidades
- ✓ Escalable a nivel de redes, transportes y servicios
- ✓ Posibilidad de Alquiler mensual de licencias

MAS DE 180 LICENCIAS INSTALADAS EN LATINOAMERICA



📍 Uspallata 3579 - C1437JCS
Distrito Tecnológico
CABA, Argentina

☎ +54 11 4911 5551

🌐 www.videoswitch.tv

Caniggia libre, el nuevo reality de MTV



Uno de los formatos preferidos y más exitosos del canal, esta vez en manos de dos personajes más que llamativos.

El reality show de Charlotte y Alexander Caniggia, MTV Caniggia Libre, acaba de comenzar este lunes 18 de septiembre. Unos días antes, la cadena juvenil también presentó el primer video promocional del ciclo con la divertida canción original "Charlotte, Champán, Choripán", creada exclusivamente para el programa.

MTV Caniggia Libre es el esperado reality de los hermanos más controvertidos y extravagantes de Argentina, dando un acceso íntimo a sus experiencias de vida mientras tratan de dejar su propia huella en el mundo. El programa está compuesto por 12 episodios de una hora cada uno y llega a todos los hogares de América Latina a través de MTV. Posteriormente se estrenará en Brasil.

Charlotte y Alexander son hijos del legendario astro del fútbol argentino Claudio Paul "El Pájaro" Caniggia y Mariana Nannis. Los mellizos de 24 años de edad

son dos de las figuras más seguidas y mediáticas de Argentina. Charlotte sueña con ser la próxima diva argentina, mientras que Alex desarrolla su lado musical para algún día convertirse en un reconocido cantante de música urbana y pop. MTV Caniggia Libre es producido para MTV Latinoamérica por Nippur Media.

MTV Caniggia Libre se une a la extensa oferta de contenido local original de MTV Latinoamérica que incluye Acapulco Shore, MTV SwipeDate, Are You The One? El match perfecto, La Familia del Barrio, MTV Super Shore, MTV Legends of Gaming: Cup Latinoamérica, MTV Unplugged y los Premios MTV MIAW, además de hits internacionales como Geordie Shore, Ex On The Beach, Just Tattoo Of Us, Are You The One? y Ridiculousness, entre otros.

MTV es pionero del formato de reality show y ha moldeado la industria del



entretenimiento con programas como The Real World, The Hills, Jackass, 16 & Pregnant, Teen Mom y Catfish. La marca juvenil también ha sido la ventana a la íntima vida de celebridades con títulos que se han afianzado en la cultura pop internacional como The Osbournes, Newlyweds: Nick & Jessica, Alaska y Mario, entre otros.

Llega a Cartoon Network un héroe muy especial

¡OK, KO! Seamos Héroes es el estreno más importante de septiembre en la señal de animación de Turner.

Convertirse en héroe más grande de todos los tiempos no es una tarea sencilla pero todo es más fácil cuando se tiene un gran corazón, mucha inspiración y buenos amigos. Es por eso que Cartoon Network presenta su nuevo show original: ¡OK, K.O.! Seamos Héroes.

Creado por Ian Jones-Quartley, quien previamente trabajó en shows como Hora de Aventura y Steven Universe, ¡OK K.O! Seamos Héroes cuenta la historia de Kaio "K.O." Kincaid, un alegre e intrépido empleado de la tienda del Sr. Gar, donde los héroes se abastecen de lo que necesiten.

K.O. quiere convertirse en el más grande de los héroes, subir de nivel y defender su pueblo del malvado Lord Box-Man junto a sus amigos y colegas. Esta increíble nueva propuesta está inspirada en el mundo de los videojuegos, y a través de la animación presenta una historia de

heroísmo, amistad y lucha contra robots gigantes, con todo el estilo de Cartoon Network.

Pero no es la única novedad del canal para este mes. También llega La gran aventura Lego. Emmett es un tipo regular, un trabajador de la construcción común y corriente y una minifigura más. Cuando lo convierten en un héroe accidental al confundirlo con el Maestro Constructor, Emmett deberá salvar al mundo de Lego de las manos del malvado Presidente Negocios. Junto a un grupo de increíbles y coloridos rebeldes que incluyen a Estilo Libre, Vitruvius, Unikitty y hasta el mismísimo Batman, Emmett se embarcará en una peculiar misión, que demostrará que a veces los héroes no son quienes nos imaginamos.

Por último, habrá también nuevos episodios de Dragon Ball Z Kai. Han pasado siete años desde la batalla con Cell,

y Gohan es ahora un estudiante en la Escuela Preparatoria Orange Star en Ciudad Satan, donde conocerá a su nueva compañera Videl, la hija de Mr Satan. Así comienza una nueva etapa para nuestros héroes, con los rumores cada vez más fuertes de un "guerrero de cabello dorado" que combate al crimen y la llegada del 25° Torneo Mundial de Artes Marciales, donde los Guerreros Z y otros nuevos competidores se enfrentarán.



INTEGRE SU CONTENIDO A TODOS LOS DISPOSITIVOS
TV EVERYWHERE, IPTV, OTT Y DISTRIBUCIÓN DE SEÑALES
HACEMOS EL VIDEO STREAMING MÁS FÁCIL



Multidispositivo



Integración con
redes sociales



Arquitectura flexible
y escalable



Análisis y control
de audiencia



Soluciones llave en mano
de rápida salida al mercado



Backhaul de señales a
bajo costo por redes IP



Cloud based technology



Outsource de operación

PARTNERS



FLUSSONIC™

"Latinoamérica es un continente de gran fe y devoción"



Maria Eugenia Ramos Mejía

Como una de las señales con fuerte historia en la región, EWTN se destaca por su propuesta de contenidos católicos. María Eugenia Ramos Mejía, Gerente de Mercadeo para el Cono Sur, destacó en diálogo con Revista ATVC lo que considera el "sello distintivo" del canal: *"Transmitir de manera completa y en directo los variados y diversos viajes y celebraciones que realiza el Santo Padre, cada uno con su particularidad e interés para los muy diferentes públicos de Latinoamérica que aprecian y siguen nuestras emisiones"*.

La señal cubrió los viajes papales de este año. El último y más reciente, a Colombia. Y para principios del año en-

El canal católico EWTN continúa cubriendo los viajes papales a la región y apuesta a una programación variada para alcanzar diversos públicos.

trante, tiene previsto hacerlo con otro esperado viaje del Santo Padre también a Sudamérica.

En cuanto a lo actuado a lo largo de este último año, desde la anterior edición de Jornadas Internacionales, la ejecutiva señaló: *"Gracias a Dios hemos podido participar como expositores en muchas de las ferias que se han realizado a lo largo del Continente desde principios de este año, con excelentes contactos y vínculos muy fructíferos que han asegurado lanzamientos ya vigentes, o en el corto y mediano plazo"*.

"EWTN viene a la vanguardia, paso a paso con el ritmo que marca la industria en el sentido de la tecnología en la que se ofrecen y desde las que se accede a las grandes señales comerciales. Esto acerca a todo el público, joven y no tanto (que también va sumándose a las nuevas tecnologías) la programación de EWTN, que es muy atractiva en esta época en que la búsqueda de sentido de la propia vida es tan evidente, necesaria y urgente a toda edad. EWTN tiene como



destinatario a la persona, toda persona, que universalmente y en todo tiempo, se cuestiona sobre quién es y para qué vive", señaló acerca del rol que ocupa el canal católico dentro del universo de los contenidos de TV.

También habló de las particularidades del público de la región y el tipo de programación que se le ofrece: *"Latinoamérica es un continente de una gran fe y devoción, y hay público para toda la variedad de programas que ofrece EWTN, desde los de tinte más devocional, pasando por los de formación, tanto para adultos como para jóvenes y niños, como también los de entretenimiento e informativos tales como noticieros, películas, documentales, que cubren un amplio rango de personajes, temáticas y formatos"*.

Más formatos y mayor audiencia



Con el fin de establecer un concepto que revalorice los contenidos nacionales bajo una misma marca paraguas, en abril de este año el canal INCAATV y la plataforma OTT de cine argentino ODEÓN pasaron a ser CINE.AR y CINE.AR Play respectivamente.

"En relación al canal lineal CINE.AR, el objetivo es que se emita en calidad HD. Es un paso que quedó pendiente y estamos trabajando para ejecutarlo en los próximos meses", señaló Karina Castellanos, Directora Ejecutiva de CINE.AR, CINE.AR Play y CINE.AR Estrenos.

En cuanto a la plataforma OTT de cine nacional, a la opción de la app CINE.AR Play, disponible para dispositivos Android y iOS, recientemente se le sumó

una importante ventana de exhibición, ya que mediante un acuerdo con Samsung los usuarios de CINE.AR Play podrán vivir la experiencia en los SmartTV del gigante asiático, específicamente aquellos que cuenten con sistema operativo Tizen de 2015 en adelante.

A sólo cuatro meses de su rebranding, CINE.AR Play tuvo un crecimiento del 200%, superando los 600.000 usuarios registrados, y se espera que el número siga creciendo. *"Las audiencias se han incrementado notoriamente y con ella la diversidad de gustos, preferencias, sexo, edades. Actualmente, CINE.AR Play tiene disponible distintos géneros y formatos, lo que nos permite percibir las experiencias de una gran diversidad*

de usuarios, adultos, jóvenes, niños", expresó Castellanos.

"El perfil de consumo ha ido variando de acuerdo al desarrollo de librería específica, desde la incorporación de series en julio de 2016 a la incorporación de contenidos cortos en Marzo", añadió la ejecutiva.

Por último, destacó que se está trabajando muy fuerte con la posibilidad de crear una librería para que el Cine Nacional pueda disfrutarse también en el exterior del país a través de la plataforma. *"Actualmente la marca CINE.AR se puede consumir sólo en Argentina. Este es un proyecto que está en proceso y esperamos lograrlo"*, afirmó.



nickjr.™

nick



COMEDY C CENTRAL



● ● ●
telefe



nickjr.

nickelodeon



COMEDY C CENTRAL



viacom

INTERNATIONAL
MEDIA NETWORKS

Food Network estrena programación original

A la llegada de "Locos X el asado" se suman otros títulos, además de nuevos episodios de exitosos ciclos.



Food Network anunció el estreno de su nueva producción original, "Locos X el asado". El canal de estilo de vida, que conecta al televidente con el placer la comida a través de un mix de producciones locales y series internacionales enfocadas en competencias culinarias y técnicas de cocina, y que se encuentra disponible en 12 países de América Latina, informó que el ciclo estará en pantalla desde el 22 de septiembre.

Esta innovadora propuesta es la versión televisiva del concepto "locos por el asado", que según cuenta la historia surgió del más puro y auténtico amor por el asado de Luciano "El Laucha" Luchetti, lo que lo llevo junto a su socio a comenzar a grabar videos semanales y compartir recetas y fotos en las redes, generando lo que es hoy la comunidad online más grande de los amantes del asado: www.locosxelasado.com.

Con un tinte humorístico y desconstruido, el programa apunta a que la audiencia pueda descubrir las complejidades que implica dominar el arte de preparar el mundialmente famoso asado argentino. Semana a semana, el "Laucha" revelará todos los detalles de esta amada tradición culinaria argentina, desde cómo preparar el fuego o la famosa receta de la salsa chimichurri, hasta los secretos clave para cocinar



todo tipo de carnes, incluyendo un cerdo entero. A él se sumarán familiares y amigos, que formarán parte indispensable de cada episodio, y quienes ayudarán a mostrar cómo se vive la experiencia social y culinaria de disfrutar un auténtico asado argentino un fin de semana cualquiera.

"El estreno de Locos X el Asado reafirma nuestro compromiso de llevar a la audiencia programas de calidad que reflejen las auténticas tradiciones culinarias de nuestros países, y que enaltezcan nuestras raíces culturales a través de experiencias de entretenimiento. Por ello nos complace mucho anunciar el próximo lanzamiento de este nuevo contenido original", dijo Eduardo Hauser, Director general de América Latina y el Caribe de

Scripps Networks Interactive.

Asimismo, destacó el éxito de la señal a nivel mundial dado su abordaje digital e interactivo: "Food Network ha sido pionera en la adaptación de contenidos a la realidad digital. Desde los formatos de producción hasta el estilo de interacción con audiencias de diferentes segmentos, nuestra señal ha sido muy exitosa. Nuestro enfoque como marca de estilo de vida ha tenido un impacto importante en consumidores alrededor del mundo, ya que se traduce con facilidad a plataformas digitales y promueven la interacción con el público."

En el mes de septiembre, a la llegada de "Locos" se le suman los estrenos de las nuevas series "Paul Hollywood: Un Panadero en la Ciudad" (Paul Hollywood City Bakes), el 24, y "Chopped: Junior", el 23. También se anuncian las nuevas temporadas de "Derrota a Bobby Flay" (Beat Bobby Flay), "Dulces Tentaciones" (Unique Sweets), "Sabotaje en la Cocina" (Cutthroat Kitchen) y "Tía Mowry en Casa" (Tia Mowry at Home), así como los nuevos episodios de "Academia de las Estrellas" (All-Star Academy), "Chopped: Eliminado" (Chopped), "Comidas Exóticas: Destinos Deliciosos" (Bizarre Foods: Delicious Destinations) y "El Gran Apetito de Guy", entre otros.



Stingray se expande en la región

En el transcurso de este último año, el catálogo de Stingray, que va más allá de los canales de audio y la app Stingray Music, se ha expandido con la adición de nuevos canales de televisión como son Classica y C MusicTV y otros productos musicales como es el caso de Yokee, que consiste en tres diferentes aplicaciones móviles, una de karaoke, otra de guitarra y una tercera de piano.

De este modo, la empresa explotará nuevas oportunidades para incrementar la distribución de sus servicios y trabajará en el desarrollo de nuevas herramientas para potenciar el uso de los mismos. Para esta etapa designó

una nueva directora de Desarrollo de Negocios para América Latina.

Se trata de Mariana Ferreira, quien reportará directamente a Alejandra Olea, Gerente General para América Latina de Stingray. "Estamos realmente entusiasmados con la creación de esta nueva posición y la adición de una profesional como Mariana al equipo. La experiencia que suma Mariana a nuestro equipo regional, en distribución de música y establecimiento de relaciones estratégicas en Latinoamérica, constituye dos componentes clave para el crecimiento de Stingray en toda la región", expresó Olea.



Mariana Ferreira

#SATSAID # presente

EL SINDICATO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS



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

www.satsaid.com.ar

 /SATSAIDnacional

 @SATSAIDnacional

“Un modelo de crecimiento sostenible”

Es lo que ofrece Conax a los operadores de TV paga con el objetivo de implementar nuevas funciones con una baja inversión inicial.



Una de las soluciones que presenta Conax durante la presente edición de Jornadas Internacionales en Buenos Aires es el Multi-DRM simplificado, que ofrece máxima flexibilidad para proteger contenido a través de tecnologías y dispositivos multipantalla, basado en un único centro de seguridad.

Con el apoyo de Common Encryption y MPEG DASH, con el back-end de Conax es posible simplificar la protección de contenido de los servicios TV Everywhere con tecnologías DRM líderes en el mercado (incluyendo Widevine, PlayReady, FairPlay Streaming y NAGRA PRM) sin comprometer la usabilidad para los usuarios.

Asimismo, la empresa orientada a seguridad presenta Conax GO Live, la solución básica, extremo-a-extremo, para reducir drásticamente la complejidad y el tiempo de lanzamiento al mercado para los operadores en la implementación de un servicio OTT seguro. Conax GO Live es una solución de streaming en vivo para dispositivos iOS y Android, ahora disponible con soporte para Chromecast y AirPlay, y un sistema de monitoreo para analizar los patrones de



Rohit Mehra

visualización de los clientes utilizando herramientas analíticas, todo desplegable en menos de 30 días.

Existen diferentes tipos de amenazas al contenido y la piratería en diferentes regiones. El mayor reto de seguridad para los proveedores de servicios de televisión de pago en los mercados emergentes es compartir tarjetas y claves de contenido. En las regiones que son predominantemente satelitales, habrá mayor exposición a la seguridad que en otras redes. También está la interconexión, que hace más probable que si un hacker viola una región, entonces también tenga acceso al resto del continente.

Las ofertas basadas en servicios son

cada vez más interesantes para las operaciones de televisión de pago para una variedad de plataformas. Los servicios remotos para tecnologías fuera de la competencia clave de los operadores permiten reducir la complejidad operativa, el hardware y la base de costos necesaria para mantenerse competitivos en los entornos de transmisión lineal y OTT. “Para Conax, esta transición es una parte clave de nuestra estrategia. En 2016, implementamos la plataforma de servicios basados en la nube, Contego-as-a-Service (CaaS), con el enfoque en ofrecer soluciones listas, simples, flexibles y escalables. Nuestro objetivo es ofrecer un servicio altamente seguro, alojado, supervisado y mantenido por Conax, que permita la entrega de contenido DVB, IPTV y OTT, todas las principales tecnologías DRM, y contenido premium 4K y UHD. Estamos ofreciendo a los operadores de televisión de pago un modelo de crecimiento sostenible a través de baja inversión inicial, complejidad reducida y rápido lanzamiento al mercado para implementar nuevas funciones”, manifestó Rohit Mehra, SVP Americas de Conax.

Una serie británica llega a Film & Arts

Ian McKellen y Derek Jacobi son Freddie y Stuart en “Vicious”, una sitcom que va más allá de la edad y la sexualidad. La serie de comedia británica cuenta la historia de una pareja gay de la tercera edad que convive hace 48 años en un departamento en el centro de Londres.

El canal dedicado al arte y el entretenimiento presenta una serie protagonizada por dos de los mejores actores británicos vivos: Ian McKellen (“El señor de los anillos”, “X – Men”) y Derek Jacobi (“El gladiador”, “El discurso del rey”). Entre la simplicidad y la comedia, esta sitcom cuenta la historia de una pareja que convive hace casi 50 años y que por debajo de sus peleas viciosas y su mutua depen-



dencia, tienen un amor profundo por el otro.

Freddie Thornhill ha compartido casi toda su vida con su pareja, Stuart Bixby, un ex camarero que dejó su trabajo para ser “amo de casa” y que todavía no le ha con-

fesado a su madre su homosexualidad. Freddie y Stuart siempre están criticándose ácidamente y haciendo observaciones sarcásticas sobre la edad, la apariencia y los defectos del otro. La monotonía de sus vidas se altera con la llegada de un nuevo vecino, Ash, quien pese a la diferencia de edad inmediatamente entra a formar parte del pequeño y disfuncional círculo de amigos de la pareja.

Junto a McKellen y Jacobi, completan el elenco Iwan Rheon (“Game of Thrones”) como Ash Weston y Frances de la Tour (“Harry Potter y el cáliz de fuego”, “Alicia en el país de las maravillas”) como Violet Crisby. La primera temporada de “Vicious” cuenta con siete episodios.

23 DE JULIO ≡ **DIA NACIONAL** ≡
DEL DIRECTOR AUDIOVISUAL



PREMIOS DAC 2017



WWW.DIRECTORES.AV.COM.AR

DECLARÁ TUS OBRAS
DE CINE Y TV ONLINE

www.dac.org.ar
0800-3456-DAC (322)

 **DAC**
Directores Argentinos
Cinematográficos

...
Asociación General de Directores Autores
Cinematográficos y Audiovisuales

Entidad fundada en 1958

Se estrena la nueva serie animada Spider-Man

La esperada producción de Marvel llega a la pantalla de Disney XD para toda la región. Acción y aventuras aseguradas.



Producida por Marvel Television, la serie original animada Spider-Man, de Marvel, debuta este mes de septiembre en la programación Disney XD de toda América Latina. Personificado por el joven Peter Parker, el emblemático superhéroe deberá aprender la responsabilidad que conlleva ser un héroe superpoderoso en la ciudad de Nueva York y se esforzará por lograr ser aceptado en Horizon High,

una escuela preparatoria para brillantes mentes científicas jóvenes. Así, luchará a diario con la dualidad de su vida social en la escuela y esconderá su identidad secreta a todos, incluyendo su mejor amigo Harry Osborn, quien asiste a la rival Academia de Osborn para genios. “Hemos creado y alimentado en secreto Spider-Man, de Marvel durante años, por lo tanto estamos encantados de anunciarla finalmente. El título sencillo refleja un enfoque de regreso a lo básico; la historia de un adolescente común, Peter Parker, quien súbitamente se encuentra con nuevos y extraños poderes y una abrumadora responsabilidad. Gracias al editor de historia Kevin Shinick (‘Robot Chicken’, ‘Mad’) y al Supervisor de dirección Philip Pignotti (Los Vengadores

Unidos), la serie está llena de emoción y humor”, señaló Cort Lane, de Marvel Animation and Family Entertainment. En el marco de este estreno, el canal ofrece “Poder Marvel”, una programación especial con los superhéroes y villanos favoritos de Marvel durante todo el mes de septiembre que incluye el estreno de la película Ant-Man: El Hombre Hormiga y nuevos episodios de las series animadas Guardianes de la Galaxia y Los Vengadores Unidos. Además, el sitio Marvelkids –el destino oficial de Marvel para la audiencia infantil en América Latina– contará con cuatro nuevos juegos de Ant-Man, Pantera Negra, Spider-Man y Guardianes de la Galaxia, y se presentarán cortos de Marvel Funko y Los Vengadores.



Dos nuevas producciones en Glitz

Amor, pasión y humor, llegan a Glitz con los estrenos de “Nuevo Rico, Nuevo Pobre” y “Cosita Linda”, dos excelentes producciones que han logrado cautivar a la audiencia de Latinoamérica.

La primera es una telenovela protagonizada por el actor argentino Martín Karpan y el colombiano John Alex Toro, que luego de ser transmitida en España, Venezuela, Ecuador, Uruguay, Panamá, Costa Rica, Paraguay y República Dominicana, llegan a Glitz todas las noches.

De lunes a viernes los televidentes podrán disfrutar con la historia de Brayan y Andrés, dos hombres con vidas totalmente opuestas que se verán afectados por una jugada del destino. Brayan, cre-

ció en un humilde hogar y es un perezoso cuando de trabajo se trata, mientras que Andrés, por el contrario, es un hombre adinerado, dueño de una empresa y acostumbrado a una vida llena de lujos. La vida de ambos dará un giro de 180 grados cuando una enfermera a punto de morir le confiesa a Antonia, la supuesta madre de Andrés, que cuando le asistió el parto de su hijo cambió a su bebé por error, lo que hará que intercambien sus vidas: Brayan siendo rico de la noche a la mañana, y Andrés en una casa sin lujos.

El otro plato fuerte está a cargo de “Cosita Linda”, la historia de Ana Lorena Rincón, una joven muy hermosa que vive

en el barrio popular La Esperanza, en Los Ángeles, y Diego Luján, el heredero de una exitosa agencia de publicidad, que se conocen por casualidad en una tienda y quedan conectados de inmediato.



Nuevos episodios de El Mundo desde abajo

Sebastián Wainraich y Julieta Pink están nuevamente en la pantalla de TBS con episodios estreno de la quinta temporada de El mundo desde abajo, consagrado late night show humorístico. Nuevas ocurrencias, el humor de siempre e invitados muy especiales entretienen de una manera original a los fanáticos de la señal.

Son diez nuevos episodios repletos de sketches, monólogos, entrevistas,

juegos, nuevos segmentos e invitados famosos. Abrió el juego Martín Bossi, talentoso artista, que compartió con Sebastián, Julieta y el público sus mejores anécdotas.

También dirán presentes en estas nuevas entregas del ciclo personalidades como Beto Casella, Matías Martín, Silvina Escudero, Dalia Gutman, Patricia Sosa, Julieta Cardinali, Brenda Gandini, Gimena Accardi y Sebastián De Caro.



LÍDERES EN LATINOAMÉRICA



► **MULTIPLICA OPORTUNIDADES DE NEGOCIO CON UNA SOLUCIÓN EXCLUSIVA PARA CADA TIPO DE AUDIENCIA.**

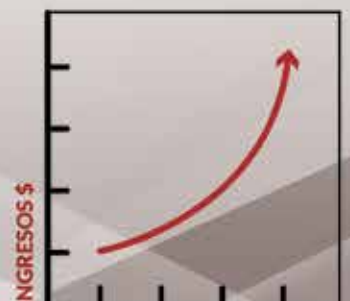
HOTPACK | HOTGO ► | VOD

PLAYBOYTV VENUS SEXXTREME PENTHOUSE BRAZZERS

- SUSCRIPTORES MÁS FIELES, **MENOS CHURN**
- **MAYOR PERCEPCIÓN DE VALOR**
GRACIAS A LA DIVERSIDAD DE PROGRAMACIÓN Y LOS DESCUENTOS POR CONTRATACIÓN DE **PAQUETE ADULTOS**

- INCREMENTO DEL **ARPU**
- PLATAFORMA **WWW.HOTGO.TV** QUE COMPLEMENTA LA OFERTA
- LAS **MEJORES MARCAS** PARA ADULTOS

AUMENTA TU FACTURACIÓN



QVIX y el éxito de Nebula

Esta plataforma permite a las empresas pequeñas y medianas poder brindar a sus clientes diversos servicios de valor agregado



Mariano Surghy

Con oficinas en Argentina y Canadá, y con casi 10 años de experiencia en la industria, Qvix ofrece asesoramiento técnico y estratégico en cualquiera de las etapas de proyectos de video digital, desde el diseño a la integración de servicios, además de outsourcing y operación total para rápidamente desarrollar servicios basados en video IP.

Revista ATVC conversó con Mariano Surghy, CEO de Qvix Media Solutions ya que, nuevamente, estarán presentes en Jornadas Internacionales.

¿Cuáles son las novedades que presentarán en Jornadas?

Este año presentaremos algunos casos de éxito de nuestra plataforma Nebula Video Platform. Hemos lanzado SiriusTv+ en Colombia, en un Join Venture con compañías locales. Es una solución de OTT, en un modelo Business to Busi-

ness cuyos clientes son Cableoperadores e Internet Services Providers. Con SiriusTv+ podemos brindar una grilla con más de 50 canales nacionales, regionales e internacionales. Podemos hacer un despliegue rápido por cada nuevo cliente y de manera económica. Los usuarios finales pueden consumir los contenidos desde su Tv o cualquier dispositivo conectado, en cualquier momento y lugar. El cableoperador puede desplegar la grilla completa de canales a sus clientes, con características de valor agregado como guía electrónica, grabadora personal en la nube, Catchup Tv de 10 días, video on demand, etc. También estamos implementando Nebula en Cableoperadores de Argentina, en modalidad de marca blanca. De esta manera los Cableoperadores locales pueden ofrecer a sus clientes televisión lineal y on demand, con todas las funciones mejoradas que permite esta tecnología. Con Nebula, por ejemplo, una persona comienza a ver su programa en la calle, a través de un dispositivo móvil y, al llegar a su casa, continúa con lo que estaba mirando pero ahora, en la pantalla del televisor. Puede retroceder y ver la programación varios días hacia atrás sin límite, puede grabarse sus programas favoritos y verlos cuando y donde quiera.

Mostraremos también, nuestra solución de **Distribución de Video**, a través de redes IP. Usamos la Internet para transmitir señales en calidad HD, con lo

cual reemplazamos a las transmisiones vía satélite. Contempla la replicación entre diferentes ubicaciones (punto a punto y punto a multipunto), no hay pérdidas en la calidad de la señal, logrando una excelente performance de calidad a bajo costo. Hoy tenemos varias implementaciones en la Argentina, gracias a nuestros precios competitivos y a la expansión de las redes de internet, que afortunadamente se está dando en este momento.

Nuestras soluciones están basadas en software con tecnología Cloud, lo que nos hace flexibles a modificaciones, integraciones y adición rápida de nuevas tendencias tecnológicas. A su vez, nos permite realizar instalaciones rápidas y fáciles de escalar. Al ser soluciones basadas en software son de bajo costo en relación a las soluciones tradicionales de hardware. Con esto logramos que estas soluciones de tecnología de punta estén disponibles para clientes pequeños y medianos.

Queremos dar a conocer a los Cable Operadores, las mejores tecnologías disponibles de Televisión por Internet, soluciones ya probadas y exitosas en USA y Europa.

Tenemos amplísima experiencia y la ponemos al alcance de las empresas de la región.

Estamos seguros que nuestra propuesta es un diferencial de valor fundamental, por experiencia, costos, idioma y cercanía" finalizó el ejecutivo.

Nueva cámara de Panasonic



Panasonic presentó recientemente en SET EXpo 2017, en Brasil, su nueva cámara 5.7K, el modelo denominado AU-EVA1. Se trata de una cámara compacta y ligera (1,2 Kg. el cuerpo), diseñada especialmente para ser utilizada como cámara en mano, pero que es también

adaptable a otro tipo de usos tales como documentales, comerciales o videoclips. Cuenta con un sensor 5.7K Super 35mm. capaz de capturar imágenes en 5.7K, 4K, UHD, 2K e incluso 720p. Utiliza una montura de lentes EF y cuenta con el sistema de estabilización EIS (Electronic Image Stabilization). Viene también con un filtro ND integrado de 2, 4 y 6 stops.

Una de sus mayores virtudes es que posee el ISO Dual nativo de las VariCam, que permite utilizar cambiar a una sensibilidad mayor sin aumentar el nivel de ruido. También compartida con las VariCam es la capacidad de capturar en

V-Log/V-Gamut para conseguir un rango dinámico más amplio.

La cámara utiliza tarjetas SD como soporte de grabación, y permite capturar en diferentes formatos, ratios de compresión y velocidades. Para la grabación en 4K alcanza 10-bit 4:2:2 y en 2K es posible llegar a los 240fps. En cuanto al bitrate, el máximo son 400 Mbps.

Respecto de las conexiones, la cámara tiene dos entradas XLR balanceadas y salida HDMI y SDI. Panasonic informó que con una posterior actualización de firmware vendrá la capacidad de sacar RAW 5.7K a grabadores externos.



LA IMAGEN DE BRASIL.



JORNAL DA BAND

Con toda la credibilidad y el mejor equipo de periodistas y comentaristas, el jornal da Band lleva a los brasileños por todas partes en el mundo los hechos más importantes de Brasil y las principales noticias del planeta.

O MUNDO segundo os brasileiros

Mejor ruta turística del mundo narrado por los brasileños que viven en estos países increíbles por todos los continentes del planeta. Cada destino es una aventura nueva narrado por personas reales en la película de tono casi autobiográfica.



JOGO ABERTO

Las principales noticias del deporte más popular de Brasil en un debate diario con todos los detalles y las polémicas de cada jugada del fútbol por todo el planeta.

DIREÇÃO GENERAL
Silvia Jafet | sj@band.com.br
Marcelo Assumpção
+55 11 3061-0884
marcelo@interactvbrasil.com

ARGENTINA, URUGUAY,
PARAGUAY Y CHILE
Sabrina Capurro
+54 11 4774-5127
sabrina.capurro@sgdggroup.com

COLOMBIA, PERU,
ECUADOR Y BOLIVIA
Juan Carlos Ocampo
+57 1 629-3991
juan.ocampo@tvnet.co

“Llegar a la mayor cantidad de hogares posible”

NHK World refleja el interés del Japón por difundir su cultura en los cinco continentes. En Latinoamérica, México y Perú son los países donde logra mayor alcance.



Con 54 shows en 14 géneros y una cobertura de más de 290 millones de hogares en 160 países y regiones de todo el mundo, NHK World TV continúa buscando posicionarse como una marca de renombre en todo el mundo. Por otra parte, siendo NHK la única emisora pública de Japón, existe un gran interés por parte del gobierno de este país de fortalecer la difusión internacional de su cultura, ya que Tokio será la sede de los Juegos Olímpicos de Verano y los Juegos Paralímpicos en 2020.

“NHK World constituye una herramienta que nos permite proporcionar información sobre nuestro país, difundir nuestra cultura, y promover la amistad y el intercambio cultural con otros países. Es por ello que nuestra gente y nuestro gobierno están interesados en fortalecer la señal y hacerla llegar a la mayor cantidad

de hogares posibles en el mundo entero,” manifestó Miyuki Nomura, ejecutiva de la señal que maneja la distribución de la señal en América Latina.

Hace dos años la señal nipona incorporó la opción del subtítulo en español en su programación. Inicialmente fueron sólo 16 programas que se emitían durante la semana, y hoy en día ya son 25, que además se incluyen en la programación del fin de semana. La lista de programas subtítulos apunta a cubrir el interés de la audiencia en todo lo vinculado a Japón y el continente asiático en general, y abarca diversas temáticas tales como viajes, documentales, comida tradicional, cultura (la tradicional y también la pop), arte & diseño y música. “Cycle Around Japan”, el cual provee información de utilidad para aquellos que quieren recorrer el país en bicicleta, “TokyoEye”, que muestra las últimas

tendencias, los eventos y las atracciones de la capital japonesa, y “J-Trip plan”, son algunos de los títulos con los que NHK World TV tratará de cumplir su objetivo de mostrar la mejor versión de Japón a todo el mundo.

Asimismo, Nomura señaló a Revista ATVC que la programación de NHK World TV se encuentra disponible para canales de TV abierta en varios países de la región, aquellos en los cuales existe mayor interés por Japón y su cultura, como es el caso por ejemplo de México y Perú. Al respecto, la ejecutiva puntualizó: *“De esta forma, NHK World TV puede satisfacer la demanda de información que viene directamente de nuestro país. Dentro de poco la audiencia de México y de Perú podrán tener acceso a algunos de nuestros programas no solo por la señal de TV paga, sino a través de emisoras de TV abierta en esos territorios.”*



Las nuevas caras de ESPN en Colombia

David Gutiérrez y Yanjane Meneses se convirtieron en nuevos presentadores en Colombia de SportsCenter, el noticiero deportivo insignia de ESPN, que cuenta con más de 30 ediciones semanales. A su vez David aporta todo su conocimiento en el programa Balón Dividido de ESPN2, que semanalmente analiza al detalle el fútbol local e internacional.

Tanto Yanjane como David, más allá de su juventud al tener ambos 29 años, cuentan con una amplia trayectoria en medios periodísticos deportivos colombianos y se incorporaron a ESPN con la mejor de las expectativas y con ansias



de aportar todas sus capacidades en la variedad deportiva que caracteriza a la señal.

Las flamantes incorporaciones de ESPN trabajaron tanto en radio como en televisión. Yanjane, oriunda del Valle del Cauca, comenzó como reportera y

escalando posiciones llegó a la conducción de distintos programas. Además, acompañó durante largo tiempo al América y al Deportivo Cali y realizó coberturas internacionales de fútbol, ciclismo y tenis. En tanto, David, insertado en los medios desde hace 12 años, también incursionó en transmisiones de distintos deportes, en especial de campeonatos de fútbol y en programas en vivo.

Tito Puccetti, compatriota y talento de ESPN desde hace varios años, les dio la bienvenida en este nuevo desafío que afrontan los recién llegados Yanjane y David.



SPORTS™



**FÚTBOL ARGENTINO.
OTRA MIRADA.**

  
@TNTSportsLA

Estadísticas regionales del negocio de la TV Paga

*La OTI dio a conocer datos de la industria y sus ingresos.
El estudio permite visualizar distintos ítems país por país.*

Según difundió la Organización de Telecomunicaciones de Iberoamérica (OTI) en un estudio reciente, el Ingreso Mensual Promedio por Abonado de Televisión Restringida como medida del gasto mensual promedio en la región integral Iberoamérica-Estados Unidos de América alcanza \$48.3 dólares expresados en Paridad de Poder Adquisitivo. Los datos corresponden al segundo semestre de 2016.

Al expresar el IMPA en PPA se hacen comparables cantidades monetarias en distintas divisas, aislando de ese modo la volatilidad del tipo de cambio de mercado y, especialmente, las diferencias en los precios internos de los distintos servicios (bienes no comerciables).

Cabe señalar que el IMPA es un indicador aproximado del gasto mensual promedio que destina cada abonado para consumir el servicio. En este sentido, las principales diferencias en el IMPA de televisión restringida que se identifican entre los países de la región, se explican por factores como la asequibilidad del servicio en términos de precios y el ingreso disponible con el que cuenta cada abonado para su consumo.

Asequibilidad en términos de precios

La asequibilidad del servicio de televisión restringida en términos de precios explica en gran medida el nivel de IMPA y, consecuentemente, el gasto mensual promedio por abonado. De manera que mayores niveles de precios del servicio están asociados a mayores nive-

les de IMPA. Por ejemplo, México y Portugal identifican los menores niveles de IMPA en toda la región en razón de sus bajos niveles de precios del servicio en relación a los demás países. En el caso de México, se debe a una contratación significativa de paquetes básicos de televisión de paga satelital a niveles de precios de los más bajos en la región. Adicionalmente, en el caso de Portugal, la abundante provisión y contratación de servicios convergentes (Triple Play y Cuádruple Play) se traduce en menores costos para los operadores y, con ello, en menores precios para los consumidores.

Gasto como proporción del ingreso

En la región se identifica que la proporción del Producto Interno Bruto (PIB) per cápita que los consumidores destinan al consumo del servicio de televisión restringida se encuentra entre 0.9% y 10.3% (Portugal y Nicaragua, respectivamente). Esta métrica resulta relevante ya que el gasto en el servicio está positivamente relacionado con el ingreso disponible per cápita con el que cuentan los suscriptores. En otras palabras, mientras menor es la proporción del ingreso que destinan al consumo del servicio (mayor ingreso disponible), mayor es el monto destinado al consumo de televisión restringida.

Relación entre gasto como proporción del ingreso y adopción

La proporción de ingreso per cápita que

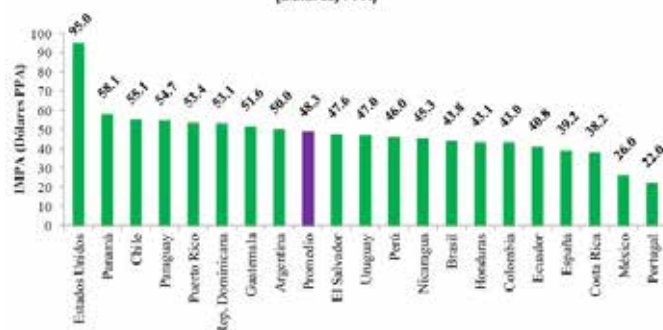
destinan los consumidores al servicio de televisión restringida es un indicador del esfuerzo monetario que se requiere realizar para adquirir el servicio. En este sentido, países que destinan una mayor proporción del ingreso, suelen tener menores niveles de ingreso per cápita y consecuentemente, enfrentan dificultades económicas para la contratación del servicio. Por ello, registran menores niveles de adopción, y viceversa.

Las diferencias en niveles de IMPA de televisión restringida en la región integral IbAm-EUA, métrica aproximada al gasto promedio mensual por abonado, se deben principalmente a la asequibilidad en términos de precios y el ingreso disponible per cápita.

Específicamente, el precio del servicio se encuentra positivamente relacionado con el nivel de IMPA, ya que mayores tarifas del servicio se traducen en un mayor gasto de los abonados de televisión restringida. Por su parte, en países con mayores ingresos económicos y, consecuentemente, mayor disponibilidad de gasto, existe un mayor consumo (mayor nivel de IMPA) y contratación del servicio (adopción) de televisión restringida, pero se destina una menor proporción del ingreso a la contratación del servicio, y viceversa.

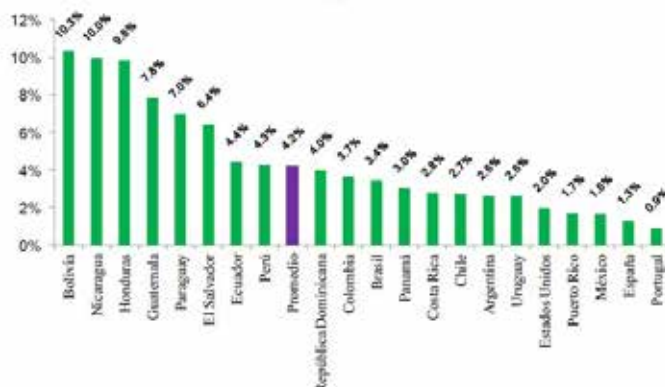
En contraste, en aquellos países en donde los suscriptores cuentan con menores ingresos y destinan una mayor proporción del ingreso disponible al consumo del servicio, suelen registrar niveles de penetración más bajos.

Ingreso Mensual Promedio por Abonado en IbAm-EUA, 2T16
(Dólares, PPA)



Fuente: The Competitive Intelligence Unit con información de órganos reguladores, operadores de telecomunicaciones y Fondo Monetario Internacional

Proporción del Gasto en TV de Paga sobre PIB Per Cápita en IbAm-EUA, 2T16
(%)





dibexOTT



dibex

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





líder en soluciones

head.ends - cable - ott - iptv
broadcast - uplinks - hdtv



Soluciones Multipantalla

Appear TV

- Multiplexor / Remultiplexor.
- Múltiples formatos de entrada y salida: IP, ASI, DVB-S/S2/S2X, DVB-T/T2, DVB-C, ISDB-Tb.
- Encoders. Transcoders. VHQ. Alta densidad.
- Análisis y regeneración de EIT/PSI/SI/PSIP.
- Nivelación de audio dinámica.
- Entradas SDI/Analog.
- AES/DVB Scrambler.

¡Más de 250
cabeceras
instaladas desde
2012!

La cabecera digital
compacta más
flexible y poderosa
del mercado.



noisypeak transcoding hardware

¡Solución OTT sin complicaciones
por menos de USD 3500!

Encoders y Transcoder h.264 y HVEC
de alta densidad (hasta 384SD/
162HD) para Live y VOD, al mejor
costo por canal.

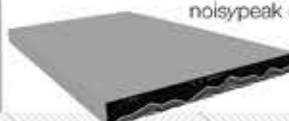
noisypeak one



Cantidad de Canales
MBRTS/HLS/MPEG-DASH por
modelo

(5 perfiles SD ó 3 perfiles HD)
Noisypeak One: hasta 9 SD / 3 HD
Noisypeak Cell: hasta 60SD / 20 HD

noisypeak cell



LOCAL CHANNEL

- + VIDEO SERVER
- + ENCODER
- + VIRTUAL SET
próximamente

LOCAL CHANNEL 1.0 INCLUYE:

- SERVIDOR DE VIDEO Y EVENTOS
- INSERTADOR DE LOGOS
- VIDEO/TS RECORDER
- SALIDAS EN SD/HD, UDP Y HLS
- ENCODER MULTICAST

**NUNCA FUE MÁS SENCILLO
GENERAR SU CANAL LOCAL EN
HD DIRECTO DEL ESTUDIO A LA
PLATAFORMA DIGITAL DE
TRANSMISIÓN**



BRIDGE TECHNOLOGIES™

Presenta NOXAD

La navaja suiza para un análisis rápido pero
profundo de todos los transportes digitales de
los medios multipantallas como HLS, DASH, IP
multicast, SDI/ASI, satélite, TDT y Cable.

WWW.BRIDGETECH.TV



CHILE MEDIA SHOW

2017 summit



TV Cable | Telecomunicaciones | Regulación | Piratería | Contenidos | Formatos | OTT

**NUEVO
FORMATO**

**MISMO
LUGAR**

**NUEVOS
NEGOCIOS**

**SAVE
THE
DATE**

+info: www.grupoisos.com

21 y 22 de Noviembre
Hotel Intercontinental
Santiago

PRESENTADOR GOLD:

FOX Latin America
NETWORKS GROUP

APOYAN:

certal
pensamos con libertad...

CANAL U
EL CANAL DE TODOS

ORGANIZA:

GRUPO ISOS
LÍNEA AÉREA OFICIAL:
Copa Airlines
CONVENTIONS

WKD

Cable Enterprises LLC

Connectors



Power Patching Taps



Powerline Satellite Receiver



Quadrature Low Extender 1 GHz



U10C019



CAT 5e Patch Cords



Routers



MB100K MiniBridge 1 GHz



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



SMCD362-BIZ

SB6120 = SB6100



1.2M, 1.8M, 2.4M & 3M



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



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



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



Wolfgang Kurt Domschke

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

Contáctenos:

www.wkdcable.com

Nicoletta Polizzi

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

g

Nuevo VP en AMC Networks



Alejandro Kember

AMC Networks International - Latin America (AMCNI - Latin America) anunció el nombramiento de Alejandro Kember como nuevo vicepresidente de distribución y ventas a afiliadas para América Latina. Kember, un experimentado ejecutivo en la industria de la TV Paga, estará basado en la sede regional de la empresa en Miami, y reportará a Ed Palluth, vicepresidente ejecutivo de distribución global de AMC Networks International.

En su nuevo rol, Kember supervisará todas las iniciativas de distribución relacionadas con el portafolio de señales de AMCNI Latin America, el cual incluye AMC, Sundance TV, El Gourmet, Más Chic, Film & Arts y Europa Europa. Así mismo, será responsable de todas las actividades de relacionamiento con las afiliadas de la empresa en todos los mercados de la región.

"Alejandro ha sido pieza clave en el rápido crecimiento de nuestra empresa en el área de distribución en los últimos años, así como en el diseño e implementación de nuestra estrategia de lanzamiento para los mercados del Cono Sur, la región andina y el Caribe", señaló Palluth. *"Confiamos en que, en su nueva asignación, Alejandro contribuirá a subrayar nuestro posicionamiento como una de las empresas más innovadoras y de más rápido crecimiento en la región."*

g

La expansión de HBO



Xavier Aristimuño

HBO Latin America anunció la expansión de su equipo de distribución de contenido con el nombramiento de Xavier Aristimuño como vicepresidente de Licensing, reportando a Francisco Smith, vicepresidente ejecutivo de Distribución y Desarrollo de Medios de HBO Latin America. Esta expansión permite maximizar la estrategia de distribución de HBO Latin America y potenciar el alcance de la compañía más allá de la región.

Xavier Aristimuño tiene una extensa carrera de más de 25 años en las áreas de desarrollo de negocios, desarrollo de marcas, contratos de producción y distribución, coproducción con países extranjeros, marketing y negocios para televisión digital.

Previo a su incorporación a HBO Latin America, fue vicepresidente senior de Desarrollo de Negocios Internacionales y Medios Digitales de NBCUniversal: Telemundo Internacional, donde era responsable del departamento de medios digitales de la división. Anteriormente, fue presidente de BambooTV donde lideró los esfuerzos de broadcasting y distribución de contenido entre América Latina, Norte América y Asia.

g

Designación en Crackle



Gustavo Mónaco

Crackle Latin America designó a Gustavo Mónaco Vice President, Affiliate Distribution. Crackle es una división de Sony Pictures Television. El flamante ejecutivo describió a esta nueva etapa que inicia como "un gran desafío profesional".

a

agenda

2017

19 al 21

Jornadas Internacionales

Hotel Hilton

Buenos Aires – Argentina

Web: www.atvc.org.ar

Web: www.cappsa.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

2018

Enero

16 al 18

NATPE

Fontainebleau & Eden Roc

Miami Beach - Florida

Web: www.natpe.com

Editor Responsable
Walter Burzaco

Registro de la Propiedad Intelectual
N° 357.428

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

Directora:

Graciela Leombruni
Redacción, comercialización y administración:
R. Gutiérrez 4512 - 1° "B" - 1419
Bs. As. - Argentina
Tel: 54-11-4502-7052
Email: gleombruni@visiongrafica.com
Año: 2017
Nro. 227

GL

ATVC
Revista

THE NEXT BIG...

DEAL CONNECTION INNOVATION TECHNOLOGY LEADER NETWORK



DENVER, CO
OCTOBER 17-20

Attend Cable-Tec Expo® 2017 to gain knowledge about the latest breakthroughs in cable and telecommunications, connect with industry leaders and create opportunities to move your business forward.

THIS YEAR'S PROGRAM CHAIRS:

Jim Blackley

Executive Vice President, Engineering & Information Technology, Charter

Terry Cordova

Executive Vice President, Chief Technology Officer, Altice

REGISTER NOW!

To learn more visit expo.scte.org

2017 Workshop tracks:



Cloud Virtualization



Future Technologies



Evolved Networks



Business Services



Security & Authentication



Customer Journey



**2017 Fall
Technical Forum**
SCTE-ISBE • NCTA • CABLELABS

SCTE • ISBE

© 2017 Society of Cable Telecommunications Engineers, Inc. All rights reserved.
scte.org • isbe.org

ENTRETENIMIENTO INTELIGENTE

EN CONSTANTE EVOLUCIÓN



HBO | **LATIN AMERICA**

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 HBO2 HBO plus HBO Family HBO SOVIETCULT max max up maxPRIME CINECASA E! A+E H 2 LINEA T LAX AXN STUDIO SYFY SYFY UNIVERSAL

© 2017 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 afiliados y licenciatarios, y está protegido por las leyes de derechos de autor y otras leyes aplicables.