Edición Internacional

Ejemplar de distribución gratuita

ATVC

Asociación Argentina
de Televisión por Cable

Jornadas Internacionales

Se adjudicaron los espacios

Regulación:
La Neutralidad de Red en Argentina

Tecnología:
Analizando el factor "X"

Piratería:
Combatir los nuevos métodos

Eventos:
Llegan APTC Perú y
Convergencia Show México

AMC NETWORKS™
INTERNATIONAL

LATIN AMERICA

amc SUNDANCE TV. film & arts EL ARTE DEL ENTRETENIMIENTO EUROPA europa elgourmet MÁS CHIC

Asociación Argentina
de Televisión por Cable

Av. de Mayo 749 – 5º P. Of. 31
1084 - Bs. As. - Argentina

Tels: 54 - 11 - 4342 - 3362
54 - 11 - 4345 - 5074
54 - 11 - 4345 - 5075
Fax: 54 - 11 - 4343 - 1716

E-mail: atvc@atvc.org.ar

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

Presidente:
Walter Burzaco

Vicepresidente 1º:
Jorge Di Blasio

Vicepresidente 2º:
Armando Ametrano

Secretario General:
Hernán Verdaguer

Pro-Secretario:
Lucio Gamaleri

Tesorero:
Daniel Celentano

Pro-Tesorero:
Eduardo Uría

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

Vocales Suplentes:
Alberto Genovese
Raúl Suárez
José González
Jorge Busquets

Revisores de Cuentas:
Horacio Luis
Mario Beorda
Roberto Argaña

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

Mensaje del Presidente

El Senado está dando tratamiento en comisiones a un proyecto de ley que pretende: reducir la brecha digital, promover la competencia, favorecer inversiones, dinamizar el mercado, mejorar la oferta y la calidad de los servicios y reducir precios. Una primera observación que podemos hacer es que los objetivos que se proponen lograr asoman como generosos y hasta paradójicos, para una norma a la que todos llaman "ley corta".

Una mirada que se interne en su articulado también muestra contradicciones intrínsecas en relación al supuesto interés público que persigue, en tanto la redacción es incongruente con la política de Estado encaminada por entero en la dirección de maximizar el acceso a Internet de nuestra ciudadanía.

La norma propuesta se basa en dos pilares que se contradicen entre sí. Por un lado, obliga a la compartición de infraestructura pasiva con el objeto de alentar el desarrollo de redes y, por el otro, habilita a quienes decidieron no invertir en la renovación de sus redes físicas, aun cuando conocían con sobrada antelación que podían brindar televisión por suscripción por vínculo físico a partir de enero del 2018.

O sea, ahora resulta beneficiado el que debía desplegar redes y no lo hizo, especulando con ingresar al mercado de contenidos sin tener que realizar inversiones en infraestructura. El beneficio es doble, porque pueden competir con los operadores de TV por Cable existentes invirtiendo solamente en los gastos de comercialización. Esto va a ocurrir porque los que brindarán la TV Satelital, ya tienen hundido el costo del satélite en razón de que dan servicios en toda Latinoamérica.

También, quienes van a iniciar la explotación del servicio de televisión a través del satélite, cuando les convenga, podrán apalancarse no solo en los ingresos que les genere la TV Satelital, sino también en la infraestructura pasiva de los pequeños y medianos prestadores de TV por Cable que por años han extendido sus redes físicas, a riesgo de su propio capital y renovando sus instalaciones al ritmo que demanda la vertiginosa evolución de la tecnología. En resumen, quienes estaban vedados de ingresar al servicio para proteger a los pequeños y medianos operadores, serán los únicos que obtengan beneficios con el presente proyecto.

Ante este escenario, la TV por Cable unánimemente va a plantear que se dé absoluta claridad en la norma respecto de los plazos de ingreso de los operadores satelitales en las distintas escalas de población, que ya han sido establecidas por el Artículo 5° del Decreto 1340/2016, con especial cuidado de preservar y proteger a los pequeños operadores en localidades con menos de 80.000 habitantes.

En primer lugar, la industria solicita que se extienda por 5 años la prohibición para brindar los servicios de TV Satelital en aquellas localidades de menos de 80.000 habitantes. En segundo término, que se impida por otros 5 años que quienes presten servicios satelitales puedan exigir el uso y ocupación de infraestructura pasiva, a los prestadores pequeños y medianos que son objeto de protección.

Argentina precisa la convergencia, asimismo que se invierta en infraestructura para brindar acceso a Internet al mayor número posible de ciudadanos. Y los operadores de TV por Cable queremos sumarnos a una convergencia que tenga un contexto de reglas claras que ayuden a moderar el riesgo empresario.

Jornadas Internacionales: se realizó el acto de adjudicación de stands

Los primeros expositores confirmados ya tienen reservados sus respectivos espacios en la muestra comercial del encuentro que se llevará a cabo a fines de septiembre.

La Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC) y la Cámara de Productores y Programadores de Señales Audiovisuales (CAPPSA) celebraron el 19 de abril pasado el Acto de adjudicación de stands y boxes para la edición 2018 de Jornadas Internacionales.

En el evento, llevado a cabo en las instalaciones del Club Alemán, en la Ciudad de Buenos Aires, se sortearon las ubicaciones de aquellas empresas que tenían reserva previa. Una vez concluida esta instancia, se procederá a la venta directa de los stands restantes. Daniel Celentano y Sergio Veiga estuvieron a cargo de la apertura, en representación de ATVC y CAPPSA, respectivamente.

"Agradecemos el acompañamiento, año a año, de todas las empresas de primer nivel que conforman esta industria y hacen de la exposición comercial una de las más importantes del mundo. Jornadas Internacionales se ha convertido en un evento líder en el continente, un lugar ideal para el relacionamiento comercial y el contacto con los principales protagonistas de la industria", destacó Celentano, director ejecutivo de ATVC.

El directivo anunció que Walter Burzaco estuvo imposibilitado de asistir en esta ocasión y transmitió las disculpas del presidente de la entidad por su ausencia en el acto de adjudicación.

"La industria siguió dando pelea a lo largo de estos años y se ha mantenido sólida y versátil ante los nuevos hábitos de consumo. Jornadas Internacionales 2018 será una muestra de ello. Las empresas que nos acompañan todos los años son parte fundamental para que esto suceda", afirmó Veiga, presidente de CAPPSA. También asistió en representación de esa cámara su Gerente General, Adriana Medici.

Las Jornadas Internacionales 2018 se celebrarán los días 25, 26 y 27 de septiembre en el hotel Hilton Buenos Aires. Una vez más, la exposición comercial contará con la participación de las más destacadas empresas de la televisión, las telecomunicaciones y la tecnología de vanguardia de América Latina, Europa y Estados Unidos.

Además, el encuentro más importante de la industria del Cable de la región contará como todos los años con el resto de las actividades habituales tales como las Conferencias Académicas, las Sesiones Académicas Técnicas y los Workshops, entre otras.

Entre los disertantes estarán los máximos ejecutivos de las empresas más representativas del sector, además de destacados representantes de diversos países de la región y autoridades regulatorias que analizarán en profundidad los desafíos más importantes que enfrenta el sector ante los cambios que propone el mercado.

2018 JORNADAS INTERNACIONALES

HILTON BUENOS AIRES HOTEL - DEL 25 AL 27 DE SEPTIEMBRE

CONFERENCIAS: 25, 26 y 27. EXPOSICIÓN COMERCIAL: 26 y 27

28° Edición de la convención líder en América Latina, que reúne a los referentes de la convergencia tecnológica y a los principales protagonistas de la industria de la TV por Cable y las Telecomunicaciones.

Tres días de conferencias técnico/académicas, debates y exposición comercial.

ATVC
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

SIT de Telecom: un espacio para la innovación tecnológica

Un evento para actualizar a sus ejecutivos del CTO y de Field Service

SIT 2018 Seminario Internacional de Telecomunicaciones

Miguel Fernández (CTO Telecom), Chris Bastian (SCTE), Jorge Salinger (Comcast), Christopher Lammers (CableLabs) y Deepak Kanwar (Bell Labs)

En un contexto de transformación en la industria de las telecomunicaciones, del 25 al 27 de abril Telecom Argentina realizó en el Hotel Sheraton de Buenos Aires la séptima edición del Seminario Internacional de Telecomunicaciones (SIT). Es un evento que fue organizado entre el 2012 y 2017 por la Gerencia de Tecnología de Cablevisión-Fibertel, y ahora por la Dirección de CTO de Telecom Argentina Se trata de un encuentro interno de capacitación cuyo objetivo es el de brindarles a los ejecutivos y a los técnicos de la empresa una visión de los desafíos y escenarios actuales y futuros en el mundo de las telecomunicaciones, tanto a nivel local como internacional. Más de 60 disertantes internacionales de empresas y organizaciones que son referentes de la industria como Huawei, Nokia, Cisco; Arris, Comcast, Samsung, Society of Cable Telecommunications Engineers (SCTE), PCT International, Tecnus, CableLabs, Alpha; Bell Labs, Harmonic, Cox Communications, Viavi, Technicolor, Commscope, Intraway y INOCYBE, entre otras, expusieron sobre el desafío de transmitir en 4K a través de redes WiFi, las smart cities, Internet of things (IoT) y la implementación del 5G, entre muchos otros temas. "La industria en el país vive un momento de auge que conlleva la necesidad de desarrollar nuevos servicios y de entregar mayores anchos de banda y más conectividad móvil. Este evento sirve para acercarnos a las tecnologías más innovadoras", afirmó Miguel Fernández, CTO de Telecom.

Panel exclusivo para prensa

Dentro del marco del SIT, se llevó a cabo un panel con referentes internacionales del mundo técnico de las telecomunicaciones para laprensa especializada.

Al tiempo que recordaba que Telecom invertirá hasta 2020 unos 5.000 millones de dólares en infraestructura, con un plan enfocado en el despliegue de tecnología de última generación y sistemas unificados, Miguel Fernández, CTO de Telecom, fue el encargado de presentar a los disertantes invitados: Christopher Lammers, CEO de CableLabs; Jorge Salinger; VP de Arquitectura de Acceso de Red de Comcast Cable; Chris Bastian, SVP y CTO de SCTE y Deepak Kanwar, de Bell Laboratories Consulting. Asimismo, Fernández se refirió al futuro de las redes diciendo:"5g será la red que permita conectar las "cosas", desde los vehículos autónomos hasta los sistemas de salud, tanto como la inteligencia de las ciudades y de los hogares"

Entretanto, Kanwar, uno de los principales consultores de Telecom señaló al respecto: "Hoy en día el tráfico en las redes está creciendo, principalmente debido a que los consumidores están mirando Netflix o haciendo streaming de video. Pero si hablamos del internet de las cosas y de las ciudades inteligente, las redes deberán ser muy veloces.; no solo por el aumento del tráfico, sino por la cantidad de dispositivos funcionando al unísono. Por otro lado, el nivel de latencia (velocidad de respuesta en la red) deberá ser muy bajo."

Por su parte, Christopher Lammers de CableLabs, una asociación mundial de cableoperadores agregó: "Estamos analizando el aumento en velocidad y ancho de banda y una de las áreas en las cuales esto va a ser clave es la de la medicina"

Refiriéndose al debate entre el uso del FTTH (fibra directo al hogar) y el estándar de transmisión híbrido HFC para "la última milla, el ejecutivo de Comcast, uno de los principales conglomerados de medios de los Estados Unidos señaló que con el DOCSIS 3.1 la empresa ya ofrece hasta 10 GBs de bajada y 1 GB de subida. "Hoy se está trabajando en la próxima generación de Full Duplex que permitirá ofrecer 10 GB simétricos, pero lo cierto es que hoy por hoy ningún usuario está en condiciones de consumir esa velocidad, ni equipamiento que lo permita", manifestó Salinger.

Demo 5G

Luego de la charla con los referentes, hubo una demostración de 5G junto a Nokia en las oficinas de Telecom Argentina en Puerto Madero. 5G es la quinta generación de tecnología pero no es simplemente una evolución del 4G sino que plantea un escenario diferente para la sociedad ya que potenciará el internet de las cosas, con nuevas aplicaciones para el sector salud, transporte, logística, ciudades inteligentes y manufactura. Sus tres características están basadas en la disponibilidad de mayor ancho de banda (con velocidades estándar de 1GBPS y picos de 15 GBPS), la extrema confiabilidad de la red con bajísima latencia (de 1 milisegundo, frente a los 100 milisegundos del 4G), y la posibilidad de aumentar exponencialmente el número de dispositivos conectados (un millón dispositivos por km2). Cabe destacar que Personal está adaptando sus equipos y haciendo las pruebas necesarias para que el servicio 5G esté disponible cuando el mercado esté maduro para esta tecnología y los clientes la requieran.

LA HISTORIA DE UNA PASIÓN
HISTORY
FÚTBOL
UN EVENTO MUNDIAL DE 14 DÍAS
MAYO 28 - JUNIO 10
tuhistory.com

La Cumbre APTC cumple diez años

El evento que reúne a la industria peruana de telecomunicaciones y TV Paga llega a su décima edición, que será en Lima.

La X Edición de la Cumbre APTC será una oportunidad única para que los asistentes del evento puedan mantenerse a la vanguardia en cuanto a los desarrollos en el rubro de la TV Paga, contenidos y telecomunicaciones en general.
En esta ocasión, el evento se llevará a cabo los días 9 y 10 de mayo en el Centro de Convenciones de Lima (LCC). El moderno establecimiento se encuentra ubicado en la Arqueología 206, San Borja, en la ciudad capital.
El ya tradicional trade show contará, como siempre, con una feria comercial que convoca entre sus expositores a empresas de contenidos, equipamiento e instituciones abocadas al ámbito de la televisión, entre otros.
Se desarrollará también el programa de Conferencias Académicas a cargo de diferentes instituciones de excelencia del Perú en el rubro de las telecomunicaciones, y charlas magistrales a cargo de calificados disertantes, tanto peruanos como extranjeros.
Uno de ellos será el ingeniero argentino Juan García Bish, Gerente de Ingeniería de Gigared, quien participará de dos conferencias. La primera de ellas, "El Futuro de las Empresas de Telecomunicaciones", estará referida a los cambios en los hábitos de consumir TV sumados a la masificación de la Internet, lo cual obliga a contar con un enfoque diferente del negocio.
La segunda se titula "La revolución IP llega a las cabeceras de TV", y allí se hará énfasis en la situación de muchos operadores que todavía mantienen la misma cabecera de hace 20 años, creciendo desordenadamente para ofrecer más canales e incorporar servicios de TV digital.
También habrá otros conferencistas destacados como Guillermo Bustamante, Tomás Delgado, de Scientific Satellite, Rafael Y. Kohiyama, de Furukawa, y Pedro Enrique Guerrero Zuluaga, de Fyco, entre otros.
Otras actividades que tendrán lugar en el marco del encuento serán el cóctel de bienvenida en conmemoración de los diez años de la Cumbre de la Asociación Peruana de Televisión por Cable APTC, así como los espacios de almuerzo y coffee break, especialmente pensados para facilitar las oportunidades de contactos entre ejecutivos de las empresas y organizaciones participantes. Los participantes de esta X Cumbre obtendrán, además, un certificado oficial.

Avanza la organización del evento

Se confirmó la fecha del Acto de Adjudicación y los organizadores están abocados al diseño del Programa Académico.

Los organizadores de CAPER 2018, vigésimo séptima edición anual de la Exposición de Equipamiento y Servicios para la Industria Audiovisual Profesional —Broadcast, TV Cable, TV Satelital, Cine, Iluminación y Audio-, comunicaron la fecha de realización del Acto de Adjudicación de Stands, que será el jueves 30 de mayo.
Al cierre de esta edición, y transitando la finalización de la instancia de reservas de Tercera Prioridad, la organización confirmó la participación de 43 expositores, con una superficie superior a los 1.600 m², lo que representa más del 70% de la superficie total disponible.
El Acto de Adjudicación tendrá lugar en la sede de CAPER y, con posterioridad al mismo, las empresas interesadas en exponer se podrán contactar directamente con la Cámara para conocer la disponibilidad de espacios.
Respecto del Programa Académico de CAPER, los organizadores confirmaron que están trabajando para ofrecer a los visitantes una propuesta completa, variada y atractiva que, como ocurre año a año, se llevará adelante en simultáneo con la exposición y en cuatro auditorios. Para esta oportunidad, se está confirmando la participación de disertantes no solo de Argentina sino también de otros países como Brasil y Estados Unidos.

Tal como están acostumbrados los asistentes, el escenario de CAPER será el Centro Costa Salguero, en la ciudad de Buenos Aires. En esta ocasión, la fecha elegida es del 24 al 26 de octubre.
El evento, que se realiza ininterrumpidamente desde 1992, convoca cada año a más de 6.000 directivos, profesionales, técnicos, docentes y estudiantes relacionados con la Industria Audiovisual de Argentina y Latinoamérica. Más del 80% de los visitantes están relacionados con el proceso de compra en sus compañías.
Para conocer las últimas novedades, se puede ingresar a la página web de CAPER Show, www.caper.org, o bien seguirlos a través de sus redes sociales.

LO MEJOR DEL DEPORTE
ESTÁ EN TyC SPORTS

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

TyC Sports

Contacto Ventas Afiliadas: Hernán Chiofalo, Jefe de Ventas Afiliadas
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

ConvergenciaShow vuelve a convocar al mercado mexicano

En poco tiempo, el evento se ha consolidado como punto de referencia en ese territorio. Esta es la tercera edición.

Por tercer año consecutivo se desarrollará del 5 al 7 de junio en el WTC de la ciudad de México, ConvergenciaShow.MX, el único evento que reúne bajo un mismo techo a todos los sectores de la industria de las Telecomunicaciones de México y América Central: sistemas de Cable, empresas telefónicas, carriers, DTH, OTT, broadcasters, empresas satelitales y reguladores.

Este año ConvergenciaShow.MX cuenta con el auspicio de la Secretaria de Comunicaciones y Transporte de México y el Instituto Federal de Telecomunicaciones, que se suman a los patrocinios institucionales de ANATEL, ATIM y CANIETI.

A la fecha, han confirmado su presencia como expositores: AMC, Antenas de Jalisco, Blackmagic, Claro Video, Comcast Group, Condumex, Deutsche Welle, EWTN, Fibrastore, Fox, France 24, HBO, Marcatel, María Visión, Maxcom, MBA Networks, Megatrax, Milenio TV, MVS, Mórbido TV, Promptlink, RTVE, SES, Telmex, TV Azteca, United Teleports, Veas y ZEE Mundo, entre otras.

En solo dos años ConvergenciaShow.MX se ha posicionado como referencia al reunir a compañías líderes, tomadores de decisiones relevantes y los principales organismos reguladores de la región, además de una atractiva agenda de actividades de Conferencias y Workshops entre los que se destacan para esta edición:

- Los canales de noticias y las elecciones presidenciales
- Panel de OTT con las últimas estadísticas de las tendencias de consumo a cargo de Parrot y los casos de éxito de Crackle y Claro Video.
- Plenaria de Operadores Satelitales.
- Cómo producir el canal propio y no morir en el intento.
- Los retos de la transición a la Radio Digital
- Los contenidos de nueva generación con visión internacional: el cambio en los modelos de negocios.
- Retos de los productores y la apropiación de contenido: un enfoque en México
- Contraprestaciones por las prórrogas en radiodifusión

La acreditación para visitar la exposición comercial de 5000 metros cuadrados y participar de las 20 horas de Conferencias y Workshops es sin cargo, y la inscripción es vía web en www.convergenciashow.mx

Llega una nueva edición de Bolivia Media Show

Santa Cruz de la Sierra recibirá a la tercera edición del evento que acerca la industria de productos, contenidos y servicios televisivos y tecnológicos a ese país.

Bolivia Media Show es uno de los eventos organizados por Grupo Isos Internacional anualmente, con el objetivo de reunir a toda a industria de los medios de comunicación, de la producción de contenidos, de las telecomunicaciones y de la tecnología para generar oportunidades únicas y muy valiosas de intercambio.

Es así que durante el 23 y 24 de mayo próximos, el Centro de Convenciones del Hotel Los Tajibos -Santa Cruz de la Sierra, Bolivia- recibirá a productoras de contenidos, operadores de cable, programadores de televisión abierta y paga, radiodifusores, ejecutivos de las grandes cadenas, directores de entes reguladores, políticos, técnicos, autoridades, funcionarios y otros actores vinculados al sector de toda la región.

Instalándose por tercera vez en Santa Cruz de la Sierra, este evento buscará generar el relacionamiento más cercano y productivo entre cableoperadores, señales, agencias, productoras y participantes.

Exposición y conferencias más focalizadas

Bolivia Media Show contará también con la tradicional exposición comercial y las renovadas conferencias y workshops con contenidos focalizados en las necesidades y temáticas de relevancia que afectan la región, así como el innovador formato denominado 'Screenshots', donde cada marca podrá realizar una presentación de sus próximos lanzamientos en contenidos, productos y servicios.

Bolivia continúa creciendo en materia de productos y servicios audiovisuales y ha tenido una gran mejora en la calidad de los mismos, superando ampliamente las expectativas regionales. El ritmo y la solidez de este crecimiento hacen necesario un espacio de encuentro para las empresas, instituciones y agencias gubernamentales del país y la región, donde puedan hallar la oportunidad de relacionamiento y comunicación entre todas las áreas vinculadas al presente y futuro de la industria audiovisual.

Las inscripciones a Bolivia Media Show pueden realizarse por correo electrónico con María Noel Cuello: noel.cuello@grupoisos.net

Rai Italia
DISFRUTE DE UNA DE LAS MEJORES LIGAS DEL MUNDO.
SERIE A
CONDISTA
INTERNATIONAL
WWW.CONDISTA.COM
CONTACTOS:
AMÉRICA LATINA - WILLIE J HERNÁNDEZ - WILLIE@CONDISTA.COM
BRASIL - MARCIA BONINI - MARCIA@CONDISTA.COM
SUDAMÉRICA - SABRINA CAPURRO - SABRINA@CONDISTA.COM
VENEZUELA - ZULAY ANZOLA - ZULAY@CONDISTA.COM

Andina Link y laconvergencia

Una nueva edición del tradicional evento que se lleva a cabo en Cartagena, Colombia, reunió a los actores más importantes de la región.

El mercado andino tuvo su cita anual en Andina Link. Tal como conoce ya la industria, la cita fue en el Centro de Convenciones de Cartagena de Indias, hasta donde llegaron ciento de operadores, proveedores de programación, tecnología y servicios convergentes, así como también reguladores y representantes del sector académico que aportaron sus conocimientos.

La exposición comercial tuvo un aceptable nivel de actividad, según coincidieron la mayor parte de los expositores, con especial interés de los asistentes en tecnologías para ofrecer servicios en múltiples plataformas y a la vez, en oferta de contenidos para sistemas OTT, de acuerdo a las nuevas tendencias de consumo.

La responsable máxima de la organización, Luz Marina Arango, Presidenta de TDC Events International, se mostró satisfecha con el desarrollo del evento y aseguró que Andina Link *"lleva en su ADN estar siempre a la vanguardia y en un estado evolutivo permanente, trayendo soluciones y abordando temas de suma importancia, analizando el porvenir de la industria y detectando las necesidades que conlleva la modernización y el desarrollo de nuevas plataformas tecnológicas".*

Juan Ramón García Bish

Como todos los años, hubo una fuerte participación del sector regulatorio a través de la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) de Colombia. En este caso, su directora, Ángela Mora, destacó que una de las tareas fundamentales del organismo es *"aportar al crecimiento y desarrollo de todo el sector de la industria audiovisual. Es por esta razón que durante el año 2017 lanzamos estrategias inéditas para acercar más a los diferentes actores de la industria y brindarles apoyo en su actualización y adaptación a las nuevas condiciones de la convergencia digital".*

En ese sentido, destacó la posibilidad de que "el sector pueda involucrar de manera éxitos desarrollos tan importantes de la convergencia, como la transmedia, la multipantalla y la interactividad", y manifestó que *"la manera en que Internet y las redes inalámbricas cambian todas nuestras dinámicas no puede ser vista como una amenaza sino como una oportunidad de nuevos negocios".*

También Asotic, la cámara que nuclea a los operadores colombianos, tuvo una activa participación en esta nueva edición de Andina Link Cartagena. Su Presidena Ejecutiva, Galé Mallol Agudelo, aseguró que, en un marco de constante cambio tecnológico, la entidad *"identificó que por medio de la innovación, los empresarios TIC podrán tener un mayor despliegue comercial, aunado a la competitividad y a la eliminación de procesos y servicios obsoletos, generando así un equilibrio integral en el sector".*

Foro FICA

El Foro FICA fue, tal como sucede habitualmente, uno de los ejes principales del encuentro. En el capítulo regulatorio, donde participaron altos representantes tanto del gobierno como de las cámaras y empresas prestadoras, se analizó la necesidad de instrumentar cambios en ese aspecto, básicamente en dos sentidos: disminuir la carga de responsabilidades de los operadores tradicionales y disponer un mayor control sobre las plataformas convergentes, con el fin de equilibrar el terreno para todos los competidores.

En cuanto a los contenidos, en el panel que también tuvo participación pública y privada se profundizó acerca de la decisión que muchos jugadores han tomado en el sentido de migrar hacia el modelo de distribución OTT. Dentro de ese marco, se hicieron diversas observaciones acerca del rol que les cabe a los operadores en esta etapa.

El desafío tecnológico de la distribución de contenidos convergentes también mereció una charla a fondo, donde dieron su visión importantes ejecutivos de las principales empresas. Allí se barajaron las distintas alternativas que pueden adoptar los sistemas de Cable

para afrontar esta exigencia, como por ejemplo Docsis III, redes GPON, fibra al hogar, tecnologías EOC y Fibra+O, canales recepcionados desde plataformas IP, cabeceras integradas en un solo hardware, servidores integrados para contenidos VOD o modelos híbridos de distribución sobre IP, entre otras.
Por último, en la mesa sobre nuevos modelos de negocios, se hizo una interesante comparación entre la situación en los distintos países respecto de la penetración de los contenidos digitales. En Argentina, por ejemplo, cada persona consume 210 minutos diarios de contenidos digitales en dispositivos móviles. También se brindaron cifras sobre Costa Rica, México y Colombia, entre otros territorios.

Actualización tecnológica

Entre las ponencias del Seminario de Actualización Tecnológica, se destacó en la primera jornada la que brindó el ingeniero argentino Juan García Bish, Gerente de Nuevos Negocios de Gigared. Bajo el título de *"El futuro de Internet y los servicios TIC"*, García Bish detalló los distintos aspectos de la problemática que plantea el avance de Internet para los operadores.
Uno de los tópicos que trató fue la necesidad de aprender a dimensionar las redes de acceso para evitar congestiones y permitir las altas velocidades. *"Los nuevos conceptos de ingeniería de tráfico aplican no solo al dimensionamiento, sino también al manejo inteligente de congestiones, protección de ataques y caracterización de clientes para así poder ofrecer diferentes niveles de calidad de servicio a los clientes"*, advirtió.
También remarcó la necesidad de adoptar una nueva visión de *"cabecera digital"* que contemple el uso de diferentes plataformas. *"A partir de esa cabecera de TV digital podemos obtener las señales para transmisión analógica, digital ISDB/DVB y también IPTV/OTT"*, concluyó.
Su exposición fue complementada por la de Mauro Escalante, Gerente General de Academy Xperts, quien habló de las implementaciones posibles para ISP, aplicaciones prácticas de servicios OTT y una introducción a la denominada Internet de las Cosas (IoT), las ciudades inteligentes y hogares inteligentes.
La actividad se completó con dos cursos que se ofrecieron durante la segunda jornada. El primero de ellos, "Principios del Networking", estuvo a cargo de Cristóbal Rojo Chávez, de Viavi, David Giraldo, de Harmonic, y Javier Marroquin, de Arris. Allí se capacitó sobre tmas como el funcionamiento de Docsis III, plataformas para servicio de video digital y OTT, y servicios de Wi-Fi de alta calidad. El segundo curso fue *"Triple Play Inalámbrico para ISPs"*, y participaron Luis Ortega, de Ubiquiti, Mauricio Padilla y Alejandro Machado, ambos de Cambium Networks.

Sylvia Viljoen, Cristina Peláez y Heiko Stolze de DW

Carla Arias y Jennifer Betancourt de Sun Channel

Christian Vanzini y María Florencia Geoghegan de AMCNI LA

Dimitry Shelukhin de Russaian Satellite

Amparo Pérez de EWTN

Francheska Sánchez y Luis Fonseca de Thema

Gabriel Loyácono Pardo de Gsertel, Juan Molezun y Pablo Enríquez Castillo de Televes

Guillermo Haller, Gustavo Marra y Manuel Medina de Eutelsat

Hernán Chiofalo y Brenda Villegas de TyC Sports

Javier López Casella y Laura Pescdor de Zee Mundo

Juliana Sierra y Alejandro Cubino de Network Broadcast

Laura Vázquez y Sergio Luna Bejarano de RCN

Maki Yazawa y el equipo de Food Network

Marcos Pérez de ¡Hola! TV y Rafael Díaz Infante de MVS

Manolo Arnanz y Jorge Gambier de ReporTV

Mar Martínez-Raposo de Atresmedia, Jorge Tatto de MVS y Matilde Boshell de MBA

Olivier Mortier, Álvaro Sierra y Pompeyo Pino de France Medias Monde

Yulia Oparina, Alexánder Luchanínov e Irina Kornechikhina de RT

Un espacio de intercambio

Lo público y lo privado se conjugaron en un evento que transitó los temas más importantes para la industria en la región.

PUNTA SHOW 2018 summit #PS2018

Marcando su regreso a la ciudad balnearia uruguaya por excelencia, durante el pasado 20 y 21 de marzo se llevó a cabo la 15° Edición del Punta Show Summit en el Hotel Enjoy Conrad de Punta del Este. A la par de la tradicional exposición comercial, durante ambas jornadas se sucedieron diversos workshops, paneles y conferencias sobre las temáticas que afectan a la región, así como adelantos de programación (Screenshots) por parte de los proveedores de contenidos.

El puntapié inicial del Summit lo dio Fox Networks Group Latin America con una presentación de sus producciones originales para la región. Contó con la presencia de Sergio Veiga, SVP & Gerente General de FNG Región Sur, Hernán Insausti, VP Uruguay Office de FNG, y desarrollada por Mariana Pérez, SVP de Producciones Originales de FNG Latin America, quien destacó la seriedad y el esfuerzo que pone la compañía en esta área para poder producir contenido de calidad a la altura de las series de Hollywood.

A continuación, Pablo Moreira se explayó acerca de servicios que ofrece la empresa estatal uruguaya de telecomunicaciones Antel, tales como el acceso a un cable submarino, un Data Center y un headend con alta capacidad tecnológica. Asimismo, manifestó que Antel ofrece el servicio y la plataforma OTT VeraTV, con señales tanto libres como codificadas, que puede ser utilizado como tal o como "marca blanca" con la marca del contratante.

Pasado el mediodía se realizó la ceremonia inaugural. María del Carmen Soto, Presidenta de Grupo Isos, se refirió al crecimiento exponencial que ha atravesado la industria audiovisual en los últimos 15 años, remarcando el camino recorrido por Uruguay. Recalcó también que Punta Show apunta a estrechar lazos entre el sector público y el privado y destacó el accionar de Certal: *"El encuentro con organismos reguladores aporta un carácter institucional muy gravitante debido a las discusiones técnico regulatorias y políticas entre pares de los gobiernos y entidades privadas".* En el acto estuvieron presentes Hernán Lombide, Presidente de Ursec; Ever Martínez, Director de Enacom, y Walter Burzaco, Presidente de ATVC, así como el subsecretario de Antel, Jorge Suárez, y el Presidente de CUTA, Washington Melo, entre otros.

Por la tarde Vindonur (representante de Sony en Uruguay) junto a Viditec de Argentina, presentaron su workshop "Sistemas de producción asequibles", en tanto que Alfacom, de la mano de Federico Franco, se centró en la medición de calidad en redes convergentes. Por otra parte, CUTA realizó programas de televisión con entrevistas a los participantes de la muestra, que los afiliados a la entidad pudieron transmitir a sus suscriptores en vivo a través de la plataforma VeraTV de Antel.

La jornada académica se cerró con el debate sobre "Grandes actores de la producción audiovisual", del cual participaron Edson Erdmann, Director Artístico de Histórias Incríveis, Mariana Pérez, SVP Production & Development de FNG Latin America, Ricardo Pipino, Gerente de Contenidos de Cadena Somos (Cablevisión Argentina), y Marisa Piñeiro, Directora de Recursos Humanos RTA, y que fue moderado Francisco Alonsopérez

Chiossi, de la Intendencia de Maldonado, Uruguay.

"Hoy en día el problema de la competencia no es solo otro canal colega, sino las personas que con un celular tienen la primicia antes que nadie y luego lo suben a las redes sociales", manifestó Pipino. Para Piñeiro, "en la TV pública, a diferencia de la televisión privada, no se busca el rating, sino la veracidad". En referencia a las nuevas audiencias, dijo Pérez: "Ahora tenemos que hablarles a los millennials, ¿pero qué tipo de contenidos quieren? Recibimos propuestas para hacer historias que nos envían los jóvenes, pero no son diferentes, sólo más cortas". Cuando se tocó el tema del Mundial, Erdmann opinó: "El efecto del Mundial dura lo que dure el equipo del país dentro de Mundial".

Por la noche Fox International Channels Latin America agasajó a los participantes con un Cocktail en el Ovo Bar del propio hotel Enjoy Conrad.

Durante la mañana del segundo día, que se centró en buena parte en las presentaciones organizadas por la CERTAL, Sergio Piris, Jefe de Asuntos Penales y Delitos Tecnológicos de Telecom Argentina, y Daniel Steinmetz, Chief Anti-piracy Officer de FNG Latin America,disertaron en la charla "Piratería: un flagelo a combatir".

Piris destacó que uno de los casos más frecuentes de fraude en la actualidad es la venta ilegal de claves de acceso a la plataforma Cablevisión FLOW. Por su parte, el ejecutivo de Fox enumeró los cuatro pilares sobre los cuales plantean el combate a la piratería: educación, tecnología, legislación y el "enforcement", al tiempo que resaltó que en Uruguay el trabajo con autoridades es positivo.

Marta Ochoa, Directora ejecutiva de Alianza Antipiratería, conformada por las compañías líderes de TV paga en Latinoamérica, se refirió a la piratería online y las nuevas tecnologías utilizadas por los delincuentes e insistió en la necesidad "de salvaguardar los derechos intelectuales de los contenidos expuestos en Internet".

Luego AMC Networks International Latin America presentó los contenidos más destacados de sus canales (AMC, El Gourmet, Más Chic, Europa Europa y Film & Arts) de la mano de María Florencia Geoghegan y de Damián Frezza, Directora y Ejecutivo de Ventas Afiliadas respectivamente. Mencionaron la nueva serie "The Terror, la cuarta temporada de "Fear the Walking Dead" por la pantalla de AMC, las segundas temporadas de "Recetas de Familia" y "Me Voy a Comer el Mundo" de El Gourmet y el anuncio de la emisión de series en italiano por la señal Europa Europa.

En cuanto al tema OTT's, en una charla sobre el tema Gustavo Mónaco, VP Distribución Afiliados de Crackle Latin America, de Sony Pictures Television Latin America, se explayó sobre las bondades de la plataforma VOD Crackle acompañado por Alejandro Neri, Representante de SES y Presidente de la Comisión Satelital de Certal. Asimismo, Bold ofreció un Workshop titulado "Nuevas soluciones para OTT y casos de éxito".

Promediando la tarde, CERTAL propuso dos mesas debate: una sobre "Libertad de Expresión", integrada por Miguel Wedy, Catedrático de la Universidad UNISINOS de Brasil, y Andrés Scavarelli , Doctor en Derecho, especializado en Derechos Humanos. Más tarde, la mesa sobre "Regulación y Competencia", donde participaron Nicolás Cendoya, Director de URSEC, Uruguay, y Heber Martínez, Director de ENACOM, Argentina, y que fue moderada por Hernán Insausti, de FNG Latin America.

Previo al cierre del cronograma de conferencias con el panel denominado "Grooming en las redes sociales. Cómo posicionarse sobre esta problemática", CERTAL entregó un reconocimiento especial a la Cámara Uruguaya de Televisión para Abonados (CUTA). El mismo fue entregado por el Presidente Ejecutivo de CERTAL Pablo Scotellaro, al titular de CUTA, Washington Melo

Guillermo Cantalupi y Sebastián Dello Staffolo de Turner

Reconocimiento de Certal a CUTA

Hernán Chiofalo y Juan Manuel Betancor de TyC Sports

Luis Fernández, Mariano Fagundez, Washington Melo, Martín Ois de CUTA

Pablo Moreira, Valentina Lessa y Gerardo Kiedanski de Antel

Panel Actores Industria Auiovisual

Gustavo Rabinsky de New Air TV

Walter Burzaco de ATVC en acto de apertura

Ricardo Pipino, Sergio Piris y Gabriel Buono

Washington Melo de CUTA y Marcelo Tulissi de CACPY

Adriana Medici, María Florencia Geoghegan y Marisa Piñeiro

Screenshot Fox

"Este año van a nacer muchos OTTs de los operadores"

Javier Figueras

HBO ratifica que están dispuestos a seguir apoyando a la industria en esta nueva etapa, donde se implementan nuevas plataformas.

Los cambios en la distribución de contenidos audiovisuales son seguidos de cerca por uno de los jugadores más importantes históricamente: nada menos que HBO. Javier Figueras, vicepresidente de Ventas Afiliadas de HBO Latin America, ve este 2018 como "un año muy interesante".

Según sus palabras, *"este año vamos a ver el nacimiento de muchos nuevos OTT por parte de los operadores. En otras partes del mundo, cuando se dio este paso, ha sido muy bien recibido. El consumidor valora la facilidad de encontrar el contenido en un solo lugar, no tener que andar buscándolo por todas partes. Y ahí parte con muchísima ventaja el operador que tiene ya años de relación con ese cliente".*

En cuanto a la posición de HBO, si bien señaló que debe estar presente en otras plataformas que van por fuera de los operadores tradicionales "para que el consumidor pueda escoger", ratificó que dará apoyo a los sistemas de Cable. *"Con las importantes inversiones que están haciendo los grandes operadores de la región, desarrollando sus propios OTT, el contenido nuestro estará allí, sin dudas",* expresó.

La charla con ATVC se produjo en el marco de la última edición de Andina Link Cartagena, con lo cual también se habló del mercado andino. *"La región andina ha venido creciendo. A finales de 2017 abrimos oficinas en Bogotá por primera vez. Estamos ya con 20 personas y vamos a seguir creciendo para operar desde esa oficina toda el área andina",* señaló Figueras.

Según el ejecutivo, uno de los problemas prioritarios en Colombia es la piratería y subreportaje: *"Se avanzó, pero hay mucho más por hacer. Estamos buscando un acercamiento con el gobierno para armar una mesa de trabajo, que es lo que hemos hecho en Perú y en República Dominicana, y está dando resultados. En esa mesa confluyen representantes de los programadores, el gobierno y los operadores. En Colombia el fisco se está perdiendo 163 millones de dólares por los tributos que no cobra, y por eso también les tiene que interesar".*

De todos modos, aseguró que no es un tema que se limite a Colombia, sino que aparece en todos los países de Latinoamérica. *"En los últimos 25 años el crecimiento de la TV Paga en la región fue exponencial, pero ahora ha llegado el momento en que para obtener mayor crecimiento hay que empezar a buscar los problemas que durante todos estos años no eran prioridad. Ahora hay que hacer ese trabajo más fino que se fue postergando. Y combatir la piratería y el subreportaje es parte de ese trabajo",* concluyó Figueras.

La participación en Campus Party

HBO estuvo este año presente por primera vez en Campus Party, que se desarrolló en abril en el predio de Tecnópolis. La compañía participó con una completa propuesta interactiva para sus fans, que los mantuvo en movimiento durante el festival y les permitió entrar en contacto con sus contenidos favoritos de HBO a través de experiencias lúdicas y multiplataforma.

Entre las actividades de HBO en Campus Party, desafió a sus seguidores con la app Quick Race a partir de una serie de consignas inteligentes en torno a los contenidos más emblemáticos de HBO GO. Así, los interesados pudieron participar de una competencia que combinó retos basados en acertijos, videos y la búsqueda de códigos QR escondidos en todo el predio.

Además, el stand de HBO propuso a los fans ingresar al universo de la nueva temporada de su serie original Westworld, la serie que explora la robótica y la inteligencia artificial, a través de un laberinto multisensorial e interactivo. La propuesta incluyó también espacios para visualización en HBO GO de series como Westworld y Silicon Valley, la multipremiada comedia que sigue a un grupo de amigos emprendedores que crean su propio start-up.

"Los límites que separaban al entretenimiento de la tecnología han desaparecido. Ambos ya son parte de un único universo, en plena expansión y evolución, traccionado por millones de jóvenes que transforman su entorno a partir de sus ideas, sus creaciones, sus elecciones y sus hábitos", dijo Gonzalo Sternberg, Director Regional Senior de Relaciones con Afiliados de HBO Latin America. *"Con ellos queremos encontrarnos y por eso estamos aquí, para acercar a los fans de HBO y el entretenimiento una experiencia innovadora vinculada a nuestros contenidos",* agregó.

¡Disfruta con nosotros!

infantil | ficción | entretenimiento | información

Los mejores canales de España para toda la familia.

rtve

www.rtve.es/comercial/

La estrategia de A+E en Brasil

El máximo responsable de la compañía en ese país habló sobre los planes para ese territorio y adelantó algunas producciones.

Raul Costa Júnior asumió hace pocos meses su cargo de Gerente General de A+E Networks Brasil. Para dar a conocer más en profundidad sus planes y estrategias, dialogó con los medios argentinos.

En primer lugar, aseguró que su territorio, pese a las peculiaridades que presenta, no se moverá como una pieza separada resto de la región. *"Vamos a aprovechar y vamos a trabajar con una compañía unificada, una compañía que tiene los mismos objetivos y que tiene la flexibilidad de ajustar esto un poco en cada mercado donde está"*, señaló.

Reveló que entre las producciones de History se destaca "Mil días", una serie documental que trata sobre la construcción de la ciudad de Brasilia, la capital de Brasil. *"Se llama así porque fue exactamente el tiempo que se necesitó para levantar esta ciudad que pasó a ser la nueva capital para Brasil"*, explicó.

Otras dos producciones de History que mencionó son "Carona de Ovnis", una serie que recorre Brasil en busca de encuentros extraterrestres, y "Mauá", que es básicamente el padre de la industria brasileña, que va en sintonía de "Gigantes de Brasil" y el gran éxito que obtuvo.

En cuanto a Lifetime, detalló: *"Dentro del posicionamiento del canal, que busca cada vez más consolidar la importancia y relevancia de la mujer en todos sus frentes y ayudar a su empoderamiento dentro de la sociedad, estamos lanzando este año un proyecto llamado 'Imperio de la Belleza', que habla sobre esas mujeres que al final del día pelean, buscan su espacio y ganan la relevancia dentro de los negocios veo que para nosotros es muy claro que nuestro principal trabajo es construir marcas fuertes. Marcas como History, A&E, Lifetime, H2, porque son marcas que representan un valor, una cualidad y una confianza de la información que puede dar tranquilidad a toda la audiencia"*, concluyó Costa.

Raul Costa Júnior

Griselda, por Lifetime

"Griselda: la reina de la cocaína", la biopic producida por Asylum Entertainment especialmente para Lifetime y protagonizada por Catherine Zeta-Jones, fue presentada a la prensa en simultáneo en las ciudades de México y Buenos Aires previo a su estreno en la región el 12 de abril, con posteriores repeticiones y luego el paso a VOD.

Con más de 10 millones de televidentes en su estreno en los Estados Unidos y el posicionamiento en el lugar #3 entre Mujeres 25-49, y #2 entre Mujeres 35-49 de nivel socioeconómico Alto Medio durante su estreno en México, "Griselda: la reina de la cocaína" narra la fascinante historia de Griselda Blanco, quien fuese una de las líderes del Cartel de Medellín y una pionera en el tráfico de drogas y que con tan solo con 17 años utilizó un pasaporte falso para dirigirse a los Estados Unidos.

Una vez allí, Griselda se sintió atraída por el dinero que ofrecía el mundo de las drogas y rápidamente se vio envuelta con los narcotraficantes locales y apodada "la madrina". Blanco fue la creadora del sistema de maletas con falso fondo para contrabandear cocaína desde Colombia y fue quien inventó y orquestó el uso de mujeres hermosas, ancianos y niños como mulas.

Bull vuelve a la pantalla de A&E

El drama legal que revolucionó el sub-género judicial promediando los 11,85 millones de espectadores por episodio durante su primer temporada en los Estados Unidos regresó a la pantalla de A&E el pasado Jueves 19 de abril en el horario de las 21.00.

"Bull" está Inspirada en la carrera del Dr. Phil McGraw -quien fue un asesor y consultor de jurados- y capítulo a capítulo muestra como el doctor Jason Bull (Michael Weatherly) utiliza la intuición humana y la tecnología para desvelar y persuadir a jurados, abogados, testigos y acusados de los distintos casos que recaen en su estudio Trial Analysis Corporation (TAC).

En esta nueva temporada, que consta de 18 episodios, el espectador conocerá más acerca de la vida personal y amorosa tanto del protagonista como de su equipo de trabajo. A medida que la serie explore más historias, se irá descubriendo qué sucede con ellos fuera de su trabajo y cómo sus acontecimientos personales influyen en sus respuestas ante cada caso.

NHK World TV ahora es NHK World-Japan

La señal internacional operada por la emisora pública japonesa se renueva con vistas a los Juegos Olímpicos 2020.

HK World TV anunció el cambio de la marca de su canal, que a partir del 2 de abril último pasó a llamarse NHK World-Japan. El objetivo es el reconocimiento internacional del servicio con vistas a los Juegos Olímpicos y Paraolímpicos, que se realizarán en Tokio en 2020. La cadena también sumó desde el mes pasado nuevos programas a su grilla.

"Al acercarse los Juegos Olímpicos y Paraolímpicos del 2020, el nuevo nombre NHK World-Japan pretende enfatizar el papel de servicio que desempeña como institución de medios trasmitiendo desde Japón", dijo Yoshihiko Shimizu, Presidente de NHK, subsidiaria de JIB, responsable por la distribución del canal.

"Mientras NHK World-Japan esté bajo el nuevo nombre, continuará su fiel misión de proveer información noticiosa justa e imparcial, así como programación variada desde Japón al resto del mundo", agregó.

El ejecutivo señaló que NHK World-Japan continuará presentando como oferta principal el canal televisivo de 24 horas en inglés, aumentando asimismo su presencia en internet expandiéndose en contenidos multilingües de video bajo demanda. El servicio gratuito de video bajo demanda ofrece actualmente contenido subtitulado y doblado en seis idiomas: chino, coreano, tailandés, vietnamita, indonesio y español. Se incorporaron ahora un gran número de programas en varios géneros. Programas de entrevistas y documentales se agregaron a la grilla de programación de noticias y de estilo de vida.

Entre los nuevos contenidos que se sumaron a partir de abril están "Biz Stream", que enmarca las últimas tendencias de la economía, estrategias corporativas y desarrollos, examinando su historia e impacto global; "Japan's Top Inventions", que presenta la historia detrás de muchos de los amados productos de origen japoneses; "J-Arena", que presenta a los atletas de Japón, mostrando las instalaciones donde entrenan y compiten; y "Kids Meet the World", que en el contexto de la iniciativa "One School, One Country" muestra el intercambio emotivo entre niños y atletas mundiales que promueven el trabajo en equipo entre distintas regiones del país.

Yoshihiko Shimizu

RT en el año del Mundial

La señal rusa hace del evento deportivo, que se disputa en su país de origen, el hilo conductor de un año con mucha actividad.

Para los países latinoamericanos, le Copa Mundial de Fútbol es un acontecimiento inigualable. Por ese motivo RT apunta todos sus cañones a este torneo para acercarse aún más a la audiencia de la región.

Así lo aseguró a la Revista ATVC Alexánder Luchanínov, Subdirector de RT en Español. *"Para nosotros el Mundial de Fútbol en Rusia es el evento más importante del año. Planeamos una cobertura completa con muchas novedades",* anticipó.

La señal incorporó al legendario futbolista colombiano Carlos "El Pibe" Valderrama a su elenco para estos meses, en los que aparecerá presentando informativos junto a los conductores habituales, y reforzará su presencia durante los días en que se dispute el campeonato

Alexánder Luchanínov

"Desde Moscú vamos a montar un estudio temporal en la Plaza Roja y Valderrama va a trabajar tanto desde ahí como desde otras ciudades sedes del Mundial", puntualizó Luchanínov.

También se emitirán una serie de programas "Futbolistas de Erick", que será la edición especial del programa de entretenimiento "La lista de Erick". Esa edición especial estará dedicada a las once ciudades sedes del Mundial.

"Erick, nuestro presentador mexicano, va a contar todas las curiosidades, qué hay para hacer en esas ciudades, museos, estadios y demás lugares atractivos. Van a ser once programas", explicó el ejecutivo.

"También estrenamos nuestro ciclo Mundo Redondo. Son programas de 30 minutos sobre la importancia del fútbol para los países de América Latina que clasificaron para el Mundial. Y tenemos un espacio especial en nuestro sitio web donde ponemos todos los materiales relacionados con el Mundial: informes, programas especiales, artículos del sitio web y otros", agregó.

Por último, habló de lo que significa esta oportunidad para su país: *"Vamos a tener muchos contenidos sobre Rusia porque entendemos que para América Latina es algo muy lejano y muy desconocido. Por eso tratamos de acercar a la audiencia a nuestro país. Y este evento nos permite hacerlo como ningún otro. Queremos que conozcan cosas que no se saben".*

Llegó Planeta Azul II a la pantalla de Discovery

Con un evento realizado en el Planetario de la Ciudad de Buenos Aires, el canal presentó la segunda parte de este imponente documental.

"Planeta Azul II", cuya primera parte data del 2001 y fue acreedora de diversos premios internacionales, es otra superproducción de la BBC y explora el mundo de los océanos ahondando en sus problemáticas y buscando documentar los fascinantes aspectos de la vida marina y la interacción entre las especies que allí habitan.
Su rodaje duró más de cuatro años y es producto de 125 expediciones realizadas en 39 países que abarcaron todos los continentes y sus plataformas marinas, insumiendo 6000 horas de buceo y alrededor de 1000 en sumergibles, explorando las profundidades con cámaras y tecnología de última generación.
Asimismo, esta serie factual está narrada por el reconocido actor mexicano Gael García Bernal -quien anteriormente colaboró con Discovery para la narración de "Planeta Humano"- y cuenta con música compuesta por el legendario compositor Hans Zimmer, el cual se unió a la banda británica Radiohead para crear el soundtrack original de la serie.
"Planeta Azul II" consta de siete episodios. El primero de ellos está dedicado a la forma en la que los océanos se relacionan entre sí y con la vida que llevamos. En los siguientes cinco la producción original de la BBC explora diferentes hábitats y sus misterios: las costas, los arrecifes de coral, los bosques y praderas bajo el agua, el mar abierto y las profundidades. El último episodio mira hacia el futuro: diversos científicos comparten sus últimos hallazgos y examinan el impacto que los seres humanos ejercemos en la vida marina.
"Contar con la voz de Gael para la narración de este majestuoso trabajo es la mejor forma de amplificar el mensaje que este documental representa. Planeta Azul II es un llamado urgente a tomar conciencia de lo que ocurre en los océanos del planeta e incentivar su protección para las futuras generaciones", destacó Carolina Lightcap, Vicepresidenta Ejecutiva y Chief Content Officer de Discovery Latin America/US Hispanic.

Ficciones turcas en Kanal D Drama

La señal presenta un género que viene teniendo gran aceptación en Latinoamérica en los canales abiertos.

Una nueva propuesta llega a los operadores latinoamericanos. En realidad, lo novedoso es el formato, porque este tipo de contenidos son ya conocidos y consumidos con avidez por el público de la región: los dramas turcos.
Tal como recordó en diálogo con Revista ATVC Luis Fonseca, Director de Ventas de Thema América, los dramas turcos tuvieron una muy buena acogida en los últimos años en nuestra región, y eso fue lo que motivó a armar este canal de 24 horas.
"En los últimos años hubo seis dramas turcos que rompieron los ratings en los principales países de Latinoamérica en canales abiertos. Tres de ellos eran de Kanal D: Fatmagul, Las mil y una noche y Gumuls. Al ver este fenómeno que está surgiendo en Latinoamérica, se impulsa la creación de esta nueva señal", expicó Fonseca.
"Kanal D Drama ya está en satélite y nos encontramos negociando con los operadores panregionales y con los más importantes de cada uno de los países. El Cono Sur es uno de los principales objetivos, ya que nuestros dramas fueron super exitosos en países como Argentina, Chile y Uruguay", puntualizó.
Se trata, por cierto, del primer canal que reúne los mejores dramas turcos. Según destacó el entrevistado, cuenta con 1500 horas de programación y varios estrenos, y también tiene a resguardo los derechos de emisión no lineal para diversas plataformas.
En ese sentido, expresó que las nuevas modalidades de distribución obligan a los proveedores de señales a tener todos los derechos, tanto para Latinoamérica como para el mercado hispano de Estados Unidos.

Luis Fonseca

Por otra parte, el entrevistado aclaró que *"la señal está 100% en HD y doblado 100% en español".* En cuanto a la estrategia que desplegará para insertarse en el mercado, advirtió que en un principio el canal va a ser las 24 horas sin cortes comerciales, y el mayor foco de esta primera etapa estará puesto en la distribución.

MAYO // COMPARTIMOS LA MISMA PASIÓN

Piratería: combatir las nuevas formas

Se realizó en Buenos Aires una nueva edición del Summit Antipiratería y Contenidos. Participaron destacados especialistas.

Francisco Escutia

Es su tercera visita al país y como parte del Tour 2018, la edición argentina del Summit Antipiratería y Contenidos fue organizada por Latin America Anti-Piracy & Intellectual Property Consulting (LAAPIP) y TodoTVMedia. Frente al crecimiento de la piratería por el streaming de contenidos y la multiplicación de IPTV ilegales, el objetivo principal fue el de realizar una actualización de las herramientas jurídicas necesarias para detener estas modalidades.

Según datos proporcionados por Business Bureau (BB), se espera que los porcentajes de piratería y subreportaje en la región alcancen un 12% y un 9% respectivamente en 2021. Esto representará pérdidas por informalidad de 4463 millones de dólares anuales. En relación a nuestro país, dijo Francisco Escutia, CEO de LAAPIP: *"Consideramos necesario actualizar el marco jurídico en Argentina lo antes posible de acuerdo a las modalidades actuales de piratería, y así hacer más eficientes las herramientas legales que el país dispone".* Y añadió: *"La consecuencia de no combatir el streaming e IPTV ilegales genera incertidumbre jurídica y afecta la inversión al no existir un marco legal que proteja los derechos de las industrias, de los consumidores y del Gobierno".*

El evento contó con varias presentaciones. Ygor Valerio, VP Content Protection Latin America de MPAA, hizo una demostración en vivo de cómo funciona una IPTV ilegal. Asimismo, Irely Aquique Pineda, Directora Divisional de Protección a la Propiedad Intelectual del IMPI (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial), relató cómo se logró detener la plataforma ilegal "Sportflix" aún antes de su lanzamiento; mientras que María Pilar Rodríguez Fernández, de la Fiscalía de Criminalidad Informática de España, habló acerca de la situación y medidas tomadas en la materia en ese país y destacó: *"En Europa tenemos la ventaja de que exista un Consejo y un Parlamento dando directrices a los países de la UE en materia de Propiedad Intelectual".*

Hubo lugar para diversos paneles. En el de las asociaciones participaron Valerio, Gustavo Pupo-Mayo, Chairman de TAP Latin America, y Sergio Veiga, presidente de CAPPSA. Mientras que Pupo Mayo elogió lo que están haciendo México y Brasil, instó a la Argentina a producir avances similares. Para tratar el tema contenidos deportivos se convocó a Carlos del Campo, Director Adjunto Presidencia de LaLiga de España; Hernán Donnari, EVP de Fox Sports Latin America: y Jorge Bacaloni, Chief Anti-Piracy Officer de Turner.

Por último, el panel de autoridades argentinas estuvo moderado por el abogado Julián Subías y contó con la participación del Fiscal Federal Leonel Gómez Barbella y del Director Nacional del Derecho de Autor, Gustavo Shötz, quien afirmó: *"Este año lo que más va a avanzar es la modificación del Código Penal; todos los delitos contra la propiedad intelectual, derechos de autor, marcas y patentes van a estar incorporados al Código".* En tanto, Gomez Barbella, concluyó: *"Es importante no quedarnos solo en desbaratar la banda pirata, es decir, ir más allá y llegar por la pata económica, que es donde les duele a los delincuentes: avanzar en el lavado de dinero y activos".*

PROGRAMACION

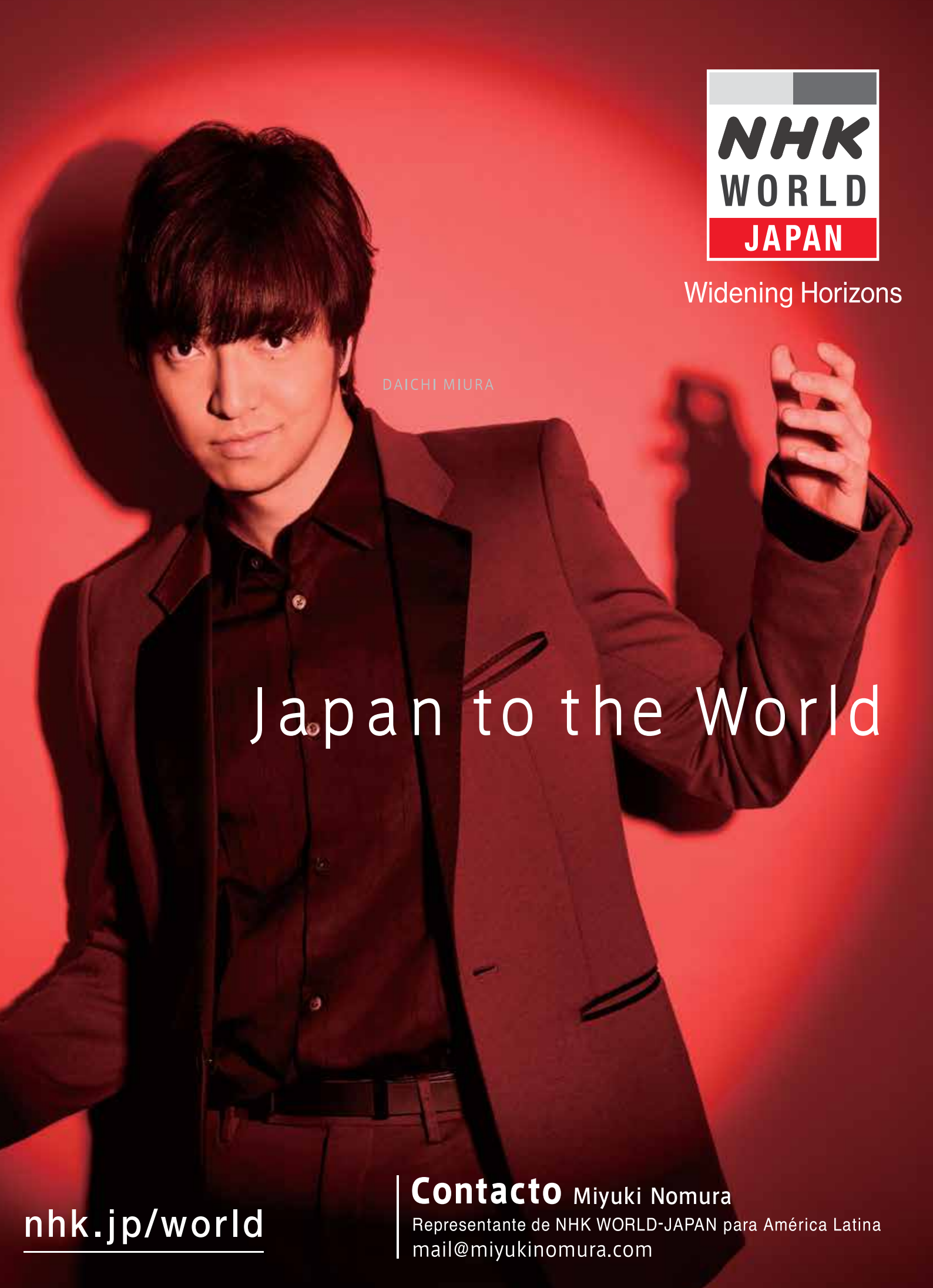
Canal (á) se renueva

Con más de 20 años ininterrumpidos al aire, Canal (á) presenta este año producciones originales acompañadas de nueva imagen y contenido exclusivo de la primera señal dedicada al arte, la cultura y el espectáculo.

De este modo, la señal exhibe una renovada programación: El Sillón, Espacio (á), Restauradores de la historia, La batalla del Río de la Plata, El asesinato de León Trotsky, El Arquitecto, Trabajarte, Barenboim en el Teatro Colón, entre otros.

Además, serán parte nuevas temporadas de programas ya convertidos en clásicos de la señal: Crónicas Urbanas, Autorretratos, El espectador de cine que viene, Escenarios de Buenos Aires, Hacedores del Musical, En el teatro, Notas de paso, Mete Púa, entre otros.

En 2018, Canal (á) celebra 22 años de transmisión ininterrumpida con producciones de calidad y la mejor programación cultural de Argentina.



nhk.jp/world

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

"Competimos con Hollywood contando historias locales"

Mariana Pérez

Fox Network Group Latin America invierte en planes de desarrollo para ofrecer producciones de alta calidad.

De un tiempo a esta parte la estrategia de producción de Fox Networks Group (FNG) Latin America consiste en fortalecer el Premium con producciones originales de alta calidad, apuntando al contenido local: *"La panregionalidad no tiene que ver con la nacionalidad de los actores; lo importante es contar una historia que por su temática le resulte atractiva al espectador de toda la región, inclusive con la calidad necesaria para incursionar en otros mercados del mundo",* manifestó Mariana Pérez, SVP de Producción y Desarrollo de FNG Latin America. *"Competimos con Hollywood contando historias locales con talento regional y con una gran calidad, pero reflejando nuestro ADN de América Latina",* agregó la ejecutiva.

Un claro ejemplo de esta estrategia es "Aquí en la tierra", estrenado el pasado 20 de abril en el Premium de FNG Latin America. Se trata de un thriller político en el cual además de ser una de las figuras principales Gael García Bernal es co-creador y dirigió el primer episodio. La serie fue presentada para la competencia Canneseries y luego recibió la única nominación latinoamericana en las categorías Mejor serie, Mejor actuación y Mejor guión compitiendo con otras 130 series. También es el caso de "Sitiados", una serie de época protagonizada por Benjamin Vicuña, grabada en Chile y Colombia, y de "Run Coyote run", una comedia acerca de los mexicanos que intentan cruzar ilegalmente a Estados Unidos.

Amén de los altos estándares de producción de FNG Latin America, Pérez hizo hincapié en los planes de desarrollo que se están implementando y el dinero que invierte la compañía con dicho fin, considerando que este hecho le otorga a FNG un valor agregado frente a otros networks de la región. Por otra parte, destacó la incesante búsqueda de talento que se realiza en la región a través del sitio web www.foxproduccionesoriginales.com. *"Entre lo que nos pide el área de programación y lo que recibimos en la web, planteamos un plan de desarrollo de acá a tres años. Tenemos el gran desafío de desarrollar 20 ó 25 proyectos al año, de los cuales quedarán 7 u 8 para producir. Desarrollar cada historia lleva muchos años. El proceso de maduración es una relación que debe fluir",* señaló.

En términos generales, hay tres países de la región donde se enfocan los proyectos de producción: Argentina, México y Colombia. A eso se le suma Brasil, cuyos programas también se incorporan al Premium bajo la modalidad del subtitulado. Consultada sobre alianzas de co- producción, Pérez señaló: *"Por suerte tenemos la libertad de elegir a la productora que mejor se ajuste al proyecto en cuestión, sin la presión de realizar una determinada cantidad de horas con el mismo equipo en un determinado tiempo".* Para finalizar, expresó: *"El único acuerdo que sí tenemos firmado es con Movistar Plus de España para co- desarrollar 'Santa Evita', basada en el libro de Tomás Eloy Martínez, un proyecto en el que ya venimos trabajando hace dos años".*

Lamac lanzó un nuevo sitio web

El Consejo Latinoamericano de Publicidad en Multicanales (Lamac), presentó un nuevo sitio web. Desarrollada con tecnología de punta, esta plataforma ofrece al usuario mejor accesibilidad y funcionalidad. El nuevo diseño facilita la interacción con una fuente de datos de la industria más robusta.

Dentro de las modificaciones se destacan los siguientes aspectos:

- Ampliación de fuentes de datos que incluyen Price Water Cooper, ComScore, Shareablee y una colección completa de presentaciones e informes del Video Advertising Bureau, entre otros.
- Navegación simplificada que permite el acceso a una amplia gama de datos y métricas generados por LAMAC.
- Diseño sencillo que permite un fácil acceso a datos, reportes, artículos, boletines informativos y publicaciones.
- Mayor velocidad para descargar, imprmir y compartir en redes sociales o vía email.
- Diseño responsivo que facilita el acceso móvil.
- Biblioteca de videos más amplia.
- Nuevas secciones de Noticias y Novedades.

Lamac es un grupo sin fines de lucro, financiado por 57 canales internacionales de TV Paga, pertenecientes a las ocho compañías que lideran los medios multinacionales en Latino América: A+E Networks Latin America, AMC Networks International Latin America, Discovery Latin America, FOX Media, NBCUniversal International Networks, Sony Pictures Television, Turner Broadcasting System Latin America y Viacom International Media Networks-The Americas.

EWTN NOTICIAS

La única fuente confiable de noticias católicas.

Con más de 100 profesionales en nuestros estudios de Roma, Lima, Washington DC, Birmingham, Colonia, Denver y Los Ángeles, trabajando para producir los mejores programas de noticias católicos del mundo.

EWTN NEWS

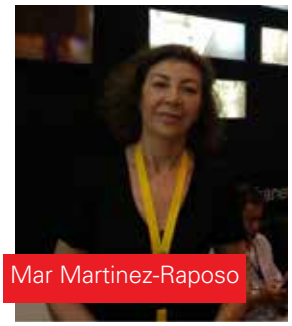
EWTN News Rome Bureau - CNA - ACIPrensa - ACI Digital
EWTN katholisches TV - ACI Stampa - Catholic National Register

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

EWTN El Canal Católicc

Impulsar las nuevas señales

A la reciente incorporación de Atreseries, Atresmedia sumó también este año a su oferta Atrescine para seguir desarrollando su presencia en la región.


Mar Martinez-Raposo

Acostumbrados desde hace más de veinte años a la señal de Antena 3, las audiencias latinoamericanas comenzaron a recibir con buena acogida las diferentes propuestas de Atresmedia que fueron agregándose.

Además de ¡Hola! TV, en acuerdo con la revista española ¡Hola!, Atresmedia trajo más recientemente su señal Atreseries, y este año acaba de agregar un nuevo integrante a la familia: el flamante Atrescine.

Mar Martínez-Raposo, Directora General de Atresmedia Internacional, aseguró a Revista ATVC que la consolidación de Atreseries es un objetivo "muy importante" este año para la compañía. *"Es un canal que todavía tiene un buen margen de crecimiento en la región, y en ese sentido podremos comunicar buenas noticias durante este 2018"*, adelantó.

En cuanto a Atrescine, su crecimiento también está dentro de los objetivos para este año, pero desde la compañía son prudentes. *"Sabemos que los principios son siempre lentos. Lo principal es presentarlo para que los operadores lo vayan conociendo y vayan pensando en ello. La industria se mueve en ese sentido con cierta lentitud, tiene sus tiempos. Pero obviamente lo hemos incorporado a principios de año también para tener un margen de actuación a lo largo de todo 2018"*, explicó la entrevistada.

También habló sobre la estrategia de Atresmedia para las nuevas plataformas y modalidades de distribución: *"Como somos productores, tenemos derechos de nuestros contenidos y ofrecemos a los operadores lo que llamamos TV Everywhere. Se pueden utilizar nuestros canales en cualquiera de las pantallas. Este año daremos un paso más en el manejo de nuestros contenidos. Habrá novedades en ese sentido, pero no estamos pensando en hacer nada por fuera de los operadores de TV Paga tradicionales, sino a través de sus propias ofertas OTT"*.

La charla, que ocurrió en el marco de Andina Link, también dio lugar a expresiones acerca de lo que sucede en ese territorio. *"En Colombia y en la región andina en general la recepción de nuestras señales por parte de los operadores siempre ha sido muy buena. Contamos con nuestros representantes, MBA, que son colombianos y trabajan directamente aquí. Eso también nos ha ayudado, sin duda alguna"*, señaló Martínez-Raposo.

Y agregó: *"El público también acoge muy bien nuestros contenidos. Antena 3 lleva más de veinte años de permanencia en el mercado con muy buena distribución. ¡Hola! TV también fue muy bien recibido, y lo mismo está ocurriendo con Atreseries y estamos seguros de que sucederá con Atrescine"*.

Atrescine, en Panamá

Atrescine, el nuevo canal en HD dedicado al cine español y dirigido al mercado hispano, llegó al mercado panameño tras cerrar su primer acuerdo de distribución con Cable Onda.

Con esta incorporación, este operador es el primero en disponer de todo el portafolio de canales de Atresmedia Internacional, integrado -además de por Atrescine-, por Antena 3 Internacional, Atreseries y ¡Hola! TV.

"Este acuerdo confirma la buena acogida que nos hicieron llegar muchos operadores cuando anunciamos el lanzamiento de esta nueva señal, y nos satisface de forma especial que sea Cable Onda el primero en respaldarnos", aseguró Mar Martínez-Raposo.

Nueva temporada de "Allí abajo" en Atreseries

Atreseries Internacional estrenó en abril su nueva apuesta de ficción: "Allí Abajo", una de las series más aplaudidas tras tres temporadas en emisión.

"Allí Abajo", producida por Atresmedia en colaboración con Plano a Plano, mantiene esta cuarta entrega al grueso de su elogiado elenco actoral. María León (Carmen) y Jon Plazaola (Iñaki) continuarán encabezando un reparto compuesto por actores y actrices de la talla de Mariano Peña, Óscar Terol, Nerea Garmendia, Gorka Aguinagalde, Iker Galartza, Santi Ugalde, Ane Gabarain, Maribel Salas, Carmina Barrios, Salva Reina, Noemí Ruiz, Mari Paz Sayago, Alberto López, Gorka Otxoa, Elena Irureta y David Arnaiz, entre otros. No obstante, para esta cuarta temporada, se incorporan al reparto algunos nuevos integrantes como Tamar Novas, Elisa Lledó y Asier Hormaza.

La ficción también mantiene a la mayor parte de su equipo técnico. Los capítulos están dirigidos por Jacobo Martos y Javier Quintas; mientras que Sonia Pastor, Esther Morales, Montaña Marchena, Luis Fabra y Sergio Vicente están al frente de su guión.

AZ TV DE PAGA

tv azteca 25 AÑOS

azcinema
INOLVIDABLE

LA NOSTALGIA EN ALTA RESOLUCIÓN

azcorazón
LA VIDA QUE SUEÑAS

HISTORIAS QUE PROVOCAN TODAS LAS EMOCIONES

azmundo
ES MÍO

EL CANAL QUE TODOS QUIEREN VER

azclic
CONECTA TU VIDA

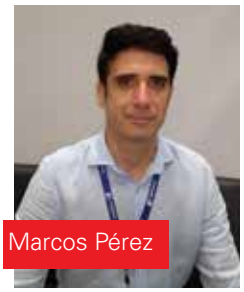
¿CUÁL ES EL PUNTO?

aztvdepaga.com

/AZ TV DE PAGA

"Nos acercamos al público con las producciones"

¡Hola! TV visita con sus cámaras distintos eventos en países de la región como una estrategia para estrechar los lazos con la audiencia.


Marcos Pérez

Marcos Pérez, CEO de ¡Hola! TV, se mostró entusiasmado con la actualidad de la señal. Los números de distribución muestran que en Estados Unidos la cantidad de hogares alcanzados se incrementó en 2017 un 50%, con la incorporación de nuevos operadores.

"En América Latina también consolidamos nuestras posiciones con algunos operadores y tuvimos un crecimiento bastante grande. Estamos en 22 millones de hogares, lo cual con apenas cinco años en el mercado es un número bastante destacable", afirmó.

Para continuar acercándose a la audiencia una de las maneras es llegar con diversas producciones y coberturas realizadas localmente. Así lo explicó el entrevistado: *"Hicimos nuestro programa ¡Hola! Fashion desde Colombia Moda. Ese mismo esquema lo hemos repetido con el programa ¡Hola! Cinema, desde el Festival de Cine de Mar del Plata y también desde Cartagena. Fortalecer esa producción local es también un objetivo para este año. Ir acercándonos más a nuestro público de México, Colombia, Argentina y el resto de los países".*

En ese sentido, aseguró que *"Colombia es uno de los mercados en los que mejor funcional el canal. Muchos de nuestros principales talentos son colombianas, lo cual nos da mucha afinidad. El posicionamiento es muy grande por encima de otros que llevan mucho más tiempo en la región".*

En cuanto al tema publicitario, también destacó importantes alianzas con distintos clientes. *"Poco a poco nos vamos ganando la confianza de los anunciantes. Lo bueno es que estamos consiguiendo atraer a un anunciante que tradicionalmente no estaba en televisión. Esto lo logramos gracias a que trabajamos con un producto muy único, exclusivo, con unos valores de marca muy positivos, como esa elegancia y creatividad que la marca lleva asociadas",* manifestó.

Por último, se refirió al trabajo con las nuevas modalidades de distribución: *"Tenemos acuerdos con operadores tradicionales y con operadores OTT. En cuanto a la cantidad de video que ofrecemos bajo demanda vía los cableoperadores, a través de nuestros suscriptores autenticados, es bastante elevada también, en línea con la tendencia del mercado".*

MBA: la fuerza de los contenidos

Matilde Boshell

MBA es una referencia ineludible en cada edición de Andina Link Cartagena. El importante portafolio de señales que maneja la hace eje de reuniones y consultas que se suceden a lo largo de los días de exposición.

Este 2018 no fue la excepción, y Revista ATVC dialogó con su presidenta, Matilde Boshell, para profundizar sobre las razones de esa vigencia. "Lo fundamental es que tenemos una muy buena oferta, que abarca todos los géneros con muy buen contenido. La calidad del contenido es la clave, sin dudas", aseguró.

Este año, la novedad de MBA fue un segundo stand, cercano al principal: *"Allí tuvimos todo el contenido para plataformas digitales. Es la oferta nueva, ya que no solo estamos ofreciendo canales lineales, sino distintos formatos".*

Consultada acerca del motivo del armado de un espacio aparte, respondió: *"Siempre fuimos reconocidos como proveedores de canales lineales. Por eso nos parece importante mostrar que ya podemos ofrecer también esta interesante oferta digital. Queríamos que la gente lo identificara mejor".*

En cuanto a esa oferta en particular, destacó *"la ventaja de que en los canales que distribuimos las producciones son propias, entonces poseen los derechos de los contenidos para todas las plataformas. Eso ha ayudado a tener un valor agregado".*

Arrancó la era 4K

Con una transmisión sin precedentes en 4K, ESPN vuelve a ubicarse a la vanguardia en innovaciones tecnológicas, puesto que la semifinal Liverpool vs. Roma de la UEFA Champions League fue la primera en esta calidad de emisión en vivo. Un nuevo hito de ESPN, que estuvo disponible para Argentina y Perú.

"Brindar la mejor experiencia para vivir el deporte en cualquier pantalla y en la mejor calidad es el objetivo de ESPN", aseguraron desde el canal, destacando la posibilidad de maximizar las opciones de acceso al contenido deportivo. De esta manera ESPN se convierte en el primero en la industria, el primero en el deporte y el primero en Latinoamérica en transmitir en vivo en 4K.

Otros hitos de ESPN en su historia: fue la primera señal deportiva de 24 horas, tuvo la primera plataforma deportiva OTT (ESPN Play), fue la primera señal deportiva HD, transmitió el primer evento deportivo en vivo en formato 3D y fue el primer canal lineal autenticado, con todas sus señales en HD y en streaming (ESPN, ESPN2, ESPN3 & ESPN+).

Un Deporte,
una pasión!
GOLTV
Distribución en América Latina - Willie J. Hernández - W.hernandez@goltv.tv - Tel. 305 588 9567

Peligra la neutralidad de red en Argentina

Por Juan Ramón García Bish*

En plena guerra fría, Estados Unidos creó una red de datos exclusivamente militar, con el objetivo de que, en el hipotético caso de un ataque ruso, se pudiera tener acceso a la información desde cualquier punto del país. Esta red que se creó en 1969 recibió el nombre de ARPANET.
Estaba basada en el protocolo TCP/IP y en su lanzamiento inicial vinculó tan solo a cuatro nodos, los cuales en el transcurso de dos años se expandieron rápidamente llegando a ser más de cuarenta.
ARPANET siguió abriéndose al mundo y permitiendo que cualquier persona con fines académicos o de investigación pudiera tener acceso a esta red. Así fue creciendo y evolucionando hasta convertirse en lo que hoy conocemos como Internet.
La Internet arriba a nuestro país allá por el año 1995, aunque las primeras conexiones fueron muy lentas, ya que utilizaban el vínculo telefónico con una tecnología de acceso conocida como dial-up.
A partir del año 2000 podemos hablar de tecnologías de acceso a Internet de alta velocidad basadas en ADSL, para el caso del par de cobre trenzado, y cablemodem Docsis, en redes hibridas de fibra óptica y cable coaxil. Finalmente, recién en esta última década comienzan a popularizarse las redes de tipo FTTH donde el cable de fibra óptica llega directamente hasta la casa del cliente permitiendo un acceso a Internet de alta calidad y velocidad.
Uno de los principios básicos que permitió el rápido crecimiento de la Internet fue la llamada "Neutralidad de Red". Esto significa que el operador de la red de telecomunicaciones debe brindar un trato igualitario a cada uno de los diferentes paquetes de datos que manipula. O sea que no puede priorizar o ralentizar paquetes en función del tipo de aplicación o de cuál sea la compañía que

Juan Ramón García Bish

brinda ese servicio. El objetivo de la Neutralidad de Red fue estimular a pequeños y grandes emprendedores para desarrollar nuevas aplicaciones y contenidos que luego serían transportados por la red. Con el tiempo, comienza gradualmente a abrirse una grieta que enfrentará a los proveedores de contenido con los operadores de la red, sobre todo cuando el tráfico comienza a hacer colapsar las plataformas de transporte.
El principio de la Neutralidad de Red a su vez se apoya en tres pilares:
El primer pilar de la Neutralidad es el trato igualitario, ya que la priorización de contenidos representa una política discriminatoria que favorece a unos y penaliza a otros. Imaginemos por un momento qué pasaría si un operador de telecomunicaciones cierra un acuerdo o se asocia con una de las grandes OTTs y pone su tráfico en el carril rápido mientras ralentiza el resto. Muchos hablan de que deberíamos cobrarle a Netflix para garantizar su transporte pero eso no representa una política justa, ya que quien no tenga recursos para pagar el peaje queda condenado al carril lento.
Existe otro concepto discriminatorio que es el llamado "cero rating" por el cual empresas de telecomunicaciones incluyen como parte de la tarifa el uso ilimitado de un determinado servicio como por ejemplo Whatsapp
El segundo pilar de la Neutralidad es el tema de la censura o bloqueo de contenidos. Ciertamente la Internet debe representar una tribuna abierta que permita la difusión de todo tipo de ideologías, pero estas no deben de estar enfrentadas con los principios básicos de la convivencia y la moral. Es necesario bloquear publicaciones vinculadas con incitación a la violencia, pornografía, drogas y todo tipo de abusos.
El operador de la red es un simple transportista y no puede abrir cada paquete de datos para inspeccionarlo. Además, tampoco tiene autoridad para decidir qué es lo que debería descartar. El único ente que puede definir que contenido debe bloquearse es "la justicia" y no basta con un simple comunicado o notificación. La justicia debe de generar un "Black List" con todos los sitios que el operador debe bloquear y además mantenerlo actualizado, ya que esta información es dinámica.
El último pilar es quizá el más conflictivo y está asociado con la facturación por tráfico o por consumo. El modelo comercial de Internet basado en TARIFA PLANA que estamos aplicando actualmente resulta obsoleto. En realidad deberíamos comenzar a contemplar la venta de CAPACIDAD en vez de diferenciar los planes por VELOCIDAD. Si nos fijamos, esto ya está sucediendo con las compañías de telefonía celular que ofrecen una determinada cuota de tráfico mensual. Esto, a su vez, sería más equitativo para aquellos clientes que consumen poco.
A todo esto, nos preguntamos: ¿qué pasa en la

Argentina? Aquí rige la Ley Argentina Digital, que establece un principio de Neutralidad de la red, con lo cual, en principio, no se debería dar un escenario como el de Estados Unidos. Esa norma dice lo siguiente:
Artículo 57 — Neutralidad de red. Prohibiciones. Los prestadores de Servicios de TIC no podrán:
a) Bloquear, interferir, discriminar, entorpecer, degradar o restringir la utilización, envío, recepción, ofrecimiento o acceso a cualquier contenido, aplicación, servicio o protocolo salvo orden judicial o expresa solicitud del usuario.
b) Fijar el precio de acceso a Internet en virtud de los contenidos, servicios, protocolos o aplicaciones que vayan a ser utilizados u ofrecidos a través de los respectivos contratos.
c) Limitar arbitrariamente el derecho de un usuario a utilizar cualquier hardware o software para acceder a Internet, siempre que los mismos no dañen o perjudiquen la red.
Nuestra ley brinda una garantía bastante amplia a la Neutralidad de Red. No menciona para nada el tema de las cuotas de tráfico o facturación por consumo.
Tampoco menciona específicamente el tema del "cero rating" que ofrecen algunas compañías de telefonía móvil que, en cierto modo, representan una discriminación al favorecer esos servicios
Resumiendo, la Neutralidad de Red se mantiene vigente dentro del marco regulatorio que rige en Argentina. Defensa de la Competencia y la Protección de Derechos del Consumidor deberán asegurar que asociaciones encubiertas entre operadores de redes y generadores de contenido lleven a posiciones monopólicas y discriminatorias limitando en el cliente su opción de elegir o degradando la calidad de un servicio que ellos consideren competencia.

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

***Aclaración:* por un error de edición, en el número anterior de Revista ATVC, en el epígrafe de la foto del ingeniero García Bish figuraba el nombre del ingeniero Rolando Barja. Pedimos disculpas por la equivocación.**

Presente y futuro de la industria

Los datos de Business Bureau acerca de América Latina ayudan a comprender lo que sucede con el mercado de los medios y contenidos en la región.

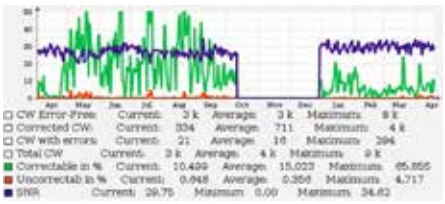
Business Bureau, la consultora especializada en Medios y Telecomunicaciones de América Latina y el Caribe con una base de datos de 27.000 Operaciones de TV Paga en 22 países, presentó el "BB Book 2018", un reporte gratuito cuyo objetivo es revisar el estado de la industria de los medios en la región en cualquiera de sus formatos y pantallas.
Estos son algunos de los datos y conclusiones incluidos en ese trabajo que pueden ayudar a la hora de analizar el futuro de la industria en la denominada "era digital".
La cantidad de hogares con TV paga en América Latina alcanzó en 2017 los 89,45 millones, lo que representa una penetración del 51% y un crecimiento interanual del 2% en comparación a 2016. En cuanto a las proyecciones a futuro, se estima que hacia el año 2021 la TV por suscripción llegará a un total de 95 millones de abonados. Por otra parte, la creciente demanda de los consumidores por contenidos de alta calidad - a su vez vinculada con los avances tecnológicos que hacen que los dispositivos ofrezcan cada vez mejor calidad de definición- incide directamente en el aumento de abonados digitales que alcanzó los 69,62 millones de suscriptores, con un ratio que alcanza a un 78% de los abonados, mientras que la TV satelital presenta por el momento una adopción de un 45%.
En cuanto al consumo de contenidos online, en la región existen 44 millones de hogares con internet que ven películas o series a través de plataformas OTT. Si hablamos del perfil del consumidor OTT, el mismo está dispuesto a pagar por aquellos contenidos que le sean relevantes, lo que hace que el consumo de contenidos gratuitos vaya disminuyendo y sea menor la proporción de contenidos vistos de manera ilegal que bajo plataformas legales. Mucho se habla de los "cord cutters" (quienes dan de baja su suscripción a TV paga), los "cord nevers" (quienes nunca se suscribieron y son mayormente los jóvenes o gente de muy bajos recursos) y los "cord keepers" (aquellos que mantiene su suscripción); pero el perfil del que utiliza más plataformas bajo el modelo de negocio por suscripción es el de "cord shaver" (quienes tienen TV Paga pero dieron de baja algún paquete Premium) y el 59% de ellos utiliza al menos una SVOD.

Analizando el factor “X”

Por Rolando Barja Elías*

Antiguamente, la transmisión de las señales de telecomunicaciones era realizada en forma analógica, teniendo que medir diversos parámetros eléctricos sobre todo lineales, como potencia de forward y ruido de canales de video.
Estas mediciones podían ser realizadas por personal técnico de campo con diversas destrezas y habilidades “básicas” para interpretar en cierta forma los valores que eran medidos por los equipos.
La tecnología evolucionó desde las transmisiones analógicas hacia las transmisiones digitales de video primeramente, siendo las técnicas de modulación las más importantes en este desarrollo para las de Modulación de Amplitud en Cuadratura del orden de 4, 8, 16, 64, 128 y 256 QAM. Esta última llegó a ser una de las modulaciones más utilizadas para video y para los sistemas de transmisión de acceso a internet mediante los protocolos DOCSIS desde su versión 1.1 a 2.0.
Las transmisiones digitales actuales con modulaciones que llegan hasta 1024 QAM y sobrepasan este valor. Las nuevas calidades de transmisión de video para UHD, 4K y 8K, obligan a realizar mediciones mucho más específicas y requieren de los profesionales técnicos de campo mayores capacidades, destrezas y habilidades para interpretar los nuevos rangos de medición de parámetros eléctricos lineales y no-lineales que inciden directamente en la calidad de transmisión de los sistemas bidireccionales actuales.
Uno de estos parámetros que certifican la calidad de transmisión es el BER (Bit Error Rate), que representa la Relación de Errores de Bits que llegan al Receptor en base a una tasa de envío del Transmisor y por ende su correspondiente corrector de errores para que el dato enviado sea lo más aproximado posible al original luego de las distorsiones.

La gráfica anterior nos alerta sobre las cantidades de bits errados que son recibidos por los CPE. De acuerdo con el FEC que tengan embebido, ya sea Reed Solomon o el último LDPC, dentro del equipo podrán o no solucionar los bits errados para ser interpretados para los CW y llevar la información original al destino.
El VER, al ser un parámetro de relación de bits de llegada al CPE del usuario en su extremo final, debe ser medido en un tiempo de 3 minutos para lograr la exactitud de la llegada óptima de 1x10-9 bits denominándose como PRE-BER, tal como fuera indicado según las consideraciones de mi artículo publicado en el SCTE Journal Magazine “Digital Measurement Successful: BER Accuracy”.
En caso de no llegar a este valor, existen los algoritmos FEC (Forward Error Correction), para lograr el parámetro óptico de procesamiento y arreglo de bits al 1x10-9 requeridos para la estabilidad de las señales digitales en los CPE de los usuarios.
Estos bits errados repercuten directamente en las gráficas detectadas por los sistemas de monitoreo de los equipos CMTS, mostrando en la gráfica siguiente el detalle de los errores de bits en el transporte hasta los domicilios.



Con estos datos, la idea es contar con determinados patrones de gráfico y los correspondientes niveles de Pre-BER que nos indiquen si la falla se encuentra en la red externa o en la red interna domiciliaria, disminuyendo tiempos de atención y mejorando nuestra capacidad general de transmisiones de señales digitales.
Como sabemos, el MER correspondiente a la modulación es exclusivamente la envolvente controlada por los equipos activos, tanto nodos como amplificadores de red. Si este factor MER se encuentra debajo de los umbrales establecidos para cada segmento en la red HFC, existe una variación de ecualización de parámetros lineales como portadoras de

VIDEO DIGITAL		MER dB		PRE-BER	POS-BER
		64 QAM	256 QAM		
HEADEND	ÓPTIMO	35	33	00	00
	ACEPTABLE	33	35	-08	00
	MARGINAL	30	32	-07	-09
NODO	ÓPTIMO	34	33	-00	00
	ACEPTABLE	31	34	-08	00
	MARGINAL	28	30	-07	-08
AMP	ÓPTIMO	33	35	-09	00
	ACEPTABLE	30	32	-08	-09
	MARGINAL	25	27	-07	-08
TAP	ÓPTIMO	32	35	-08	00
	ACEPTABLE	28	31	-07	-09
	MARGINAL	24	28	-06	-08
STB	ÓPTIMO	32	35	-08	00
	ACEPTABLE	27	31	-07	-08
	MARGINAL	23	27	-06	-07

Rolando Barja Elías

downstream fuera de rango, tanto elevadas como de bajo nivel de potencia.
El factor Pre-BER es el contenido de BITS transportados por esta envolvente MER, teniendo para ello diversos problemas sobre todo físicos del medio de transmisión para cumplir con los niveles de operación de los sistemas digitales con los valores óptimos de 1x10-9 requeridos para todos los casos y modulaciones transmitidas.
En resumen, la experiencia nos indica que los bajos niveles de MER generalmente corresponden a las ecualizaciones de potencia de los amplificadores, nodos y transmisores ópticos en la red externa y los Hubs, siendo primero verificados los equipos activos en su ecualización de parámetros lineales como potencias de DS.
Respecto de los parámetros de BER, usualmente las variaciones fuera del rango normal de operación nos indican “fallas” dentro del medio físico coaxial tanto en red interna domiciliaria como en la red troncal llamada también “línea dura”, pudiendo además ser cualquier dispositivo pasivo como conector, tap, acoplador direccional y/o divisor de red.
Cualquier consulta adicional con gusto puedo aclararlas en mi correo rbarja@scte.org, a sus órdenes.

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

21 PROVINCIAS

560 LOCALIDADES

PyMES REPÚBLICA ARGENTINA

268 EMPRESAS

19 AÑOS EN EL MERCADO

red Intercable

"Un año con mucha actividad para el sector"

Así definió a este 2018 Eduardo De Nucci, al regreso de Estados Unidos, adonde viajó para asistir a la última edición de la NAB.

Eduardo De Nucci

Tal como ocurre todos los años para estas fechas, la compañía de origen argentino Viditec estuvo presente en la NAB 2018, llevada a cabo en la ciudad de Las Vegas el pasado mes de abril. Esta vez, Viditec fue reconocida por Sony PSLA con la distinción SHOGUN por haber sido el representante de mejor performance 2017.

Asimismo, se otorgaron cuatro reconocimientos más que fueron: ODA por promoción y ventas 2017, System Cameras en mercadotecnia 2017 por Cámaras de Estudio 4K y HD para la producción broadcast en Latinoamérica, y el reconocimiento de Servers de Replay para Production Server Systems 2017. Por otra parte, Daniel Testani recibió la distinción KANDO por su labor de 22 años al servicio en Viditec, fomentando la presencia y liderazgo de Sony PSLA.

A su regreso de la feria, Eduardo De Nucci, Director de Ventas y Marketing hizo un balance y manifestó también las perspectivas para este ejercicio: *"El 2018 se perfila como un año con mucha actividad en el sector. Viditec ha realizado nuevos acuerdos con socios como Arista y Commscope, y se está capacitando al personal de las distintas áreas técnicas de la empresa. Por otra parte, se ha venido trabajando con proveedores y clientes para avanzar en proyectos de Infraestructura IP con el apoyo de marcas de reconocimiento a nivel internacional tales como Imagine, Tektronix, EVS y VIRZT entre otros". "En cuanto a lo que es primera línea, y de acuerdo con lo que se ha presentado en NAB y las necesidades que la empresa viene identificando para sus clientes, esperan que se den proyectos de TV digital para culminar los procesos de transición ISDBT",* expresó De Nucci.

Y agregó: *"En lo que respecta a una segunda línea, brindamos soluciones NDI a través de Newtek, que también otros importantes proveedores incluyen en sus líneas de productos".*

Por último, aseguró: *"Sin dudas un gran tema abordado en NAB y el cual se seguirá desarrollando en Argentina es el 4K, HD y HD HDR para producción y distribución. Como lo es también el crecimiento de soluciones para Cloud OTT, donde AWS Elemental, que es una de las marcas de renombre y que nos viene acompañando hace varios años, desarrolló una tecnología que ofrece productos de muy alta calidad".*

Más clientes para la plataforma ME-7000 de Arris

Arris International anunció que Antietam Broadband en los EE.UU. y Sogetel en Canadá han desplegado su Plataforma de Compresión Convergente ME-7000 para ofrecer una mayor variedad de contenido de alta calidad a los suscriptores, y a la vez que reducen el costo total de adquisición.

Ambas compañías se unen a casi 30 operadores de todo el mundo, quienes han seleccionado la ME-7000. Con esta plataforma, Arris ayuda a los operadores a lograr una eficiencia de compresión de vídeo líder en la entrega de vídeo 4K y HDR, así como en el empalme y multiplexado de publicidad a través del nuevo módulo HEVC de la plataforma.

Además, Antietam se asoció con Arris Global Services para desplegar la ME-7000 en su red. Arris Global Services trabaja con los principales operadores del mundo para diseñar, implementar y operar servicios de próxima generación.

"Arris se encuentra en una posición privilegiada para ofrecer la próxima generación de tecnologías de compresión y multiplexación de video", afirmó Gary Picard, vicepresidente senior y director general de Video Systems de ARRIS.

"La experiencia inigualable de nuestro equipo en despliegues complejos, combinada la versatilidad de la ME-7000 y su densidad líder dentro de su clase, y está ayudando a los operadores de todo el mundo a ofrecer servicios de vídeo avanzados. Podemos ofrecer a los operadores de IPTV, cable, satélite y OTT, a un costo total inigualable de adquisición con funciones de última generación", agregó el ejecutivo.

"Hemos desplegado la ME-7000 de ARRIS para ofrecer a nuestros abonados servicios de vídeo de la más alta calidad, a la vez que creamos una vía para ofrecer las experiencias televisivas avanzadas del futuro. La eficiencia, flexibilidad y capacidad de actualización de la plataforma nos ayudará a conseguir nuevos ahorros de energía inmediatamente y también en el futuro", dijo Isis Thiago De Souza, Vicepresidente de Servicios Técnicos de Sogetel.

CONVERGENCIA 2018 SHOW.mx

5/6/7 DE JUNIO /WTC /CDMX

LA ÚNICA EXPOCONVENCIÓN DE MÉXICO

EL EVENTO MAS RELEVANTE DE AMERICA LATINA

5 | 6 | 7 JUNIO

WTC Centro Internacional de Exposiciones y Convenciones Ciudad de México

CIUDAD DE MEXICO

Download on the App Store

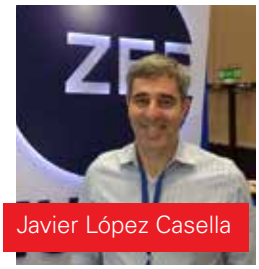
ANDROID APP ON Google play

www.convergenciashow.mx | WTC Mexico City | info@convergenciashow.mx | ConvergenciaShow.mx | @ConvergenciaMX | ConvergenciaShow.mx

Información General: info@convergenciashow.mx • **Coordinación Expo:** Betsabe@convergenciashow.mx • **Comercialización:** nval@convergenciashow.mx

"El punto crítico es que la gente conozca el contenido"

Con la subida al satélite, ZEE Mundo ingresó en una nueva etapa donde se propone continuar su crecimiento en Latinoamérica.


Javier López Casella

Una de las señales que comenzó con grandes novedades el año fue ZEE Mundo. Para conocerlas a fondo, Revista ATVC dialogó con Javier López Casella, Gerente General para US Hispanic - Latina America.

"Tuvimos un 2017 muy bueno, con mucha difusión. Cerramos el año con más de tres millones de abonados en un solo año de operación", comentó el ejecutivo.

Y luego habló de lo que sucederá de aquí en más: *"La gran novedad es que en marzo hemos lanzado la señal al satélite, algo que nos pidieron mucho. Nos dimos cuenta de que para los pequeños operadores es complicado acceder a la señal por medio de IP. Los costos son altos y a veces hay problemas todavía con Internet en algunas regiones".*

Detalló que están trabajando con dos tipos de equipamiento: *"Uno es económico, para que el operador, con 100 dólares entre decoder y antena, ya pueda tener la señal. Y otro más grande, depende del operador". "De esta manera pensamos llegar a determinados segmentos que no habíamos podido alcanzar hasta el momento. Todavía en América Latina hay unos 6000 cableoperadores pequeños, que son parte del mercado y representan una audiencia enorme",* explicó López Casella.

En ese sentido, agregó: "*Ahora entramos en una nueva etapa. Seguimos proveyendo la señal vía IP, que es HD, mientras que la del satélite es SD. Y pronto lanzaremos la app nuestra, de modo tal de poder ofrecer a los que tienen plataforma OTT incluir nuestro contenido, que son 640 horas. Va a estar el canal lineal, el catch up, el SVOD y vamos a tener contenido transaccional también. O sea que vamos a tener todas las modalidades para que el suscriptor pueda elegir".*

El entrevistado puso el acento en la difusión: *"El punto crítico para un canal como el nuestro es que la gente conozca el contenido. Una vez que lo conoce, se enamora de él. Ese es el punto de inflexión, porque cuando lo ven saben que es bueno".*

En cuanto a lo referido específicamente al canal lineal, adelantó que *"hay películas nuevas. Todavía tenemos una gran cantidad de librería y la seguimos incrementando con episodios nuevos de las series, que tienen también muy buenas repercusión, ya que el canal no es solo de películas".*

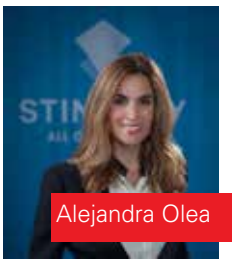
Estreno en Pasiones

Pasiones, el canal de telenovelas y dramas seriados en español, comienza su programación de la primavera boreal con el estreno de la super producción italiana Tierra indomable en su señal latinoamericana. Se trata de la primera novela italiana emitida por la señal.

Ambientada en Italia del siglo diecinueve, cuenta la historia de amor entre Helena, una joven de origen noble, y Andrea, un impetuoso granjero que ama su tierra. Pero cuando el mejor amigo de Andrea también se fije en Helena, sus vidas quedarán marcadas por los celos y el odio en una historia que los amantes de las novelas no se deberían perder.

Este fascinante western italiano -lleno de temas de amistad, amor, lealtad, traición, venganza y fortuna familiares- fue producido por la estación de televisión número uno en Italia, RAI 1, y cuenta con un elenco internacional extraordinario que incluye actores argentinos, Rodrigo Guirao Díaz y Sabrina Garciarena. Al ofrecer un aumento significativo en ratings de primetime para Azteca América durante su emisión en los Estados Unidos, la novela ha sido un gran éxito entre los televidentes latinoamericanos de todo el mundo.

Acuerdo de Stingray en Ecuador


Alejandra Olea

Stingray, proveedor de servicios de música y video multiplataforma, anunció el ingreso del canal de conciertos Stingray iConcerts en el paquete básico HD de TV-Cable, el principal operador de cable de Ecuador. Ahora todos los clientes de TV-Cable suscriptos al plan básico HD tienen acceso a esa programación.

Los clientes HD de TVCable ya pueden disfrutar de la programación musical de Stingray iConcerts que destaca una gran variedad de conciertos en vivo, documentales, actuaciones inolvidables y la serie original Stingray Pause Play que presenta entrevistas exclusivas con artistas de renombre internacional.

"TVCable reconoce la importancia de tener una oferta musical atractiva que mejore la experiencia de sus clientes. Nuestra alianza permite que a través de Stingray iConcerts los suscriptores tengan acceso a una amplia variedad de espectáculos y géneros musicales", señaló Alejandra Olea, gerente general de América Latina de Stingray. *"La propuesta de Stingray iConcerts invita aquedarse en casa en familia disfrutando de los mejores espectáculos en vivo de grandes bandas y artistas",* agregó.

TEPAL

PRESENTA

CONGRESO 28

HOTEL RIU

PANAMÁ, CIUDAD PANAMÁ

1-2 AGOSTO

EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES Y DE TELEVISIÓN POR CABLE E INALÁMBRICAS

UTILIZACIÓN Y APROVECHAMIENTO DE LOS SERVICIOS DE BANDA ANCHA. INTERACTIVIDAD Y OTT

ADMINISTRACIÓN, MERCADEO Y VENTAS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES Y TELEVISIÓN PAGADA

TECNOLOGÍA Y MANTENIMIENTO DE REDES Y CABECERAS

DESDE LATINOAMÉRICA PARA EL MUNDO

(+507) 390-7758 / 390-3419

WEB: WWW.TEPAL.ORG | EMAIL: TEPAL@TEPAL.ORG / NARANGO@TEPAL.ORG

Diego Lerner es el nuevo Presidente de Disney Latin America

Diego Lerner

El reconocido ejecutivo Diego Lerner fue nombrado Presidente de The Walt Disney Company Latin America. Así lo anunció Kevin Mayer, Presidente del segmento Direct-to-Consumer and International de la compañía.

Con esta designación, los negocios internacionales de Disney en Latinoamérica pasarán a ser liderados por Lerner, quien trabajará para capitalizar el cambiante panorama actual de los medios y se alineará más estrechamente con las prioridades de la compañía para el crecimiento futuro, incluyendo la creación de contenido de alta calidad, innovación tecnológica, expansión global y distribución directa al consumidor. Asimismo, Diego Lerner trabajará en cercana colaboración con el segmento Parks, Experiences and Consumer Products, dirigido por Bob Chapek, apoyando este negocio en la región.

"Estamos muy orgullosos de tener a Diego liderando la región, para ofrecer nuestro contenido diversificado que más desean los consumidores de Latinoamérica, con más opciones, personalización, avances tecnológicos y ventajas que nunca antes", dijo Mayer. "Diego es un líder visionario, con un comprobado historial de éxito en la construcción y expansión de la cuota de mercado de Disney en territorios alrededor del mundo, por ello estamos muy entusiasmados con lo que vendrá", completó.

Lerner, por su parte, agregó: "Quiero agradecer a Kevin por darme la increíble oportunidad de elevar los negocios de Disney en Latinoamérica, profundizar nuestra conexión con los consumidores actuales e involucrar a los nuevos. No podría sentirme más honrado. A medida que la Compañía avanza hacia nuestra próxima ola de crecimiento, es un placer para mí trabajar de nuevo estrechamente con el equipo de Latinoamérica en este nuevo camino."

Nombramiento en Turner

Enrique Sabatini

Turner Internacional Argentina anunció la incorporación de Enrique Sabatini como nuevo Director Ejecutivo de Ventas Publicitarias. Desde esa posición, se encargará de trabajar junto a su equipo para brindarles a los clientes más y nuevas propuestas integrales que se adecuen a sus necesidades, tanto en TV lineal como en digital.

Sabatini cuenta con una gran trayectoria en la industria, donde desarrolló, produjo e implementó campañas publicitarias, branded content, contenido, activaciones y eventos para diversas marcas como McDonald's, Bunge, Citi, Coca Cola, Nestlé, Personal, Samsung, Sony, Speedy e YPF, entre otras.

Anteriormente, trabajó para Turner como colaborador externo, produciendo los programas TV or not TV para TBS y La Comedia no se Mancha para TNT Sports; y también creó y produjo el espacio de brandend content "La juguetería" en la pantalla de Cartoon Network para los clientes Intek, Piñata y Mc Donald's.

agenda

Mayo
9 y 10
X CUMBRE APTC
Centro de Convenciones de Lima
San Borja - Lima - Perú.
Web: www.aptcperu.org

23 y 24
Bolivia Media Show
Hotel Los Tajibos
Santa Cruz de la Sierra
Web: www.grupoisos.net

Junio
5 al 7
Convergencia MX
World Trade center
México DF
Web: www.convergenciashow.mx

Agosto
1 y 2
Tepal 28
Hotel Riú Plaza – Ciudad de Panamá
Web: www.tepal.org

8 y 9
Asunción Media Show
Hotel Sheraton
Web: www.grupoisos.net

Septiembre
25 al 27
Jornadas Internacionales
Hilton Buenos Aires Hotel
Web: www.atvc.org.ar
Web: www.cappsa.org

Octubre
24 al 26
Caper
Centro Costa Salguero
Web: www.caper.org

Noviembre
28 Y 29
Chile Media Show
Hotel Intercontinental
Web: www.grupoisos.net

Asociación Argentina de Televisión por Cable

Editor Responsable
Walter Burzaco

Registro de la Propiedad Intelectual
N° 357.428

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

Directora:
Graciela Leombruni
Redacción, comercialización y administración:
R. Gutiérrez 4512 - 1° "B" - 1419
Bs. As. - Argentina
Tel: 54 -11- 4502-7052
Email: gleombruni@visiongrafica.com
Año: 2018
Nro. 231

27º | EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL PROFESIONAL

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

CAPER 2018

broadcast • cable • satélite • cine • iluminación • audio

+ DE **100** EXPOSITORES

+ DE **5700** VISITANTES

+ DE **40** ACTIVIDADES ACADÉMICAS

+ DE **400** MARCAS INTERNACIONALES

+ DEL **70%** INVOLUCRADO EN EL PROCESO DE COMPRA

+ DE **35** DEMOS DE SONIDO

AGENDATE

MIE . JUE . VIE

24.25.26 | OCT

BUENOS AIRES • ARGENTINA

consultas@caper.org

www.caper.org

ORGANIZACIÓN Y REALIZACIÓN CAPER

ENTRETENIMIENTO INTELIGENTE

EN CONSTANTE EVOLUCIÓN

HBO | LATIN AMERICA

Somos la evolución del entretenimiento.
Somos el único grupo de canales que ofrece entretenimiento personalizado que evoluciona a la par de las impresionantes innovaciones tecnológicas y de los hábitos de consumo de la nueva era. Somos HBO Latin America Group.

© 2018 Home Box Office Inc. y HBO Olé 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 Olé Partners o sus afiliados y licenciatarios, y está protegido por las leyes de derechos de autor y otras leyes aplicables