



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

Jornadas Internacionales: 28° llamado de la industria del cable latinoamericano

Entrevistas:

Telecom
Gigared

Tecnología:

Las tormentas del contexto
El futuro de la interactividad

Programación:

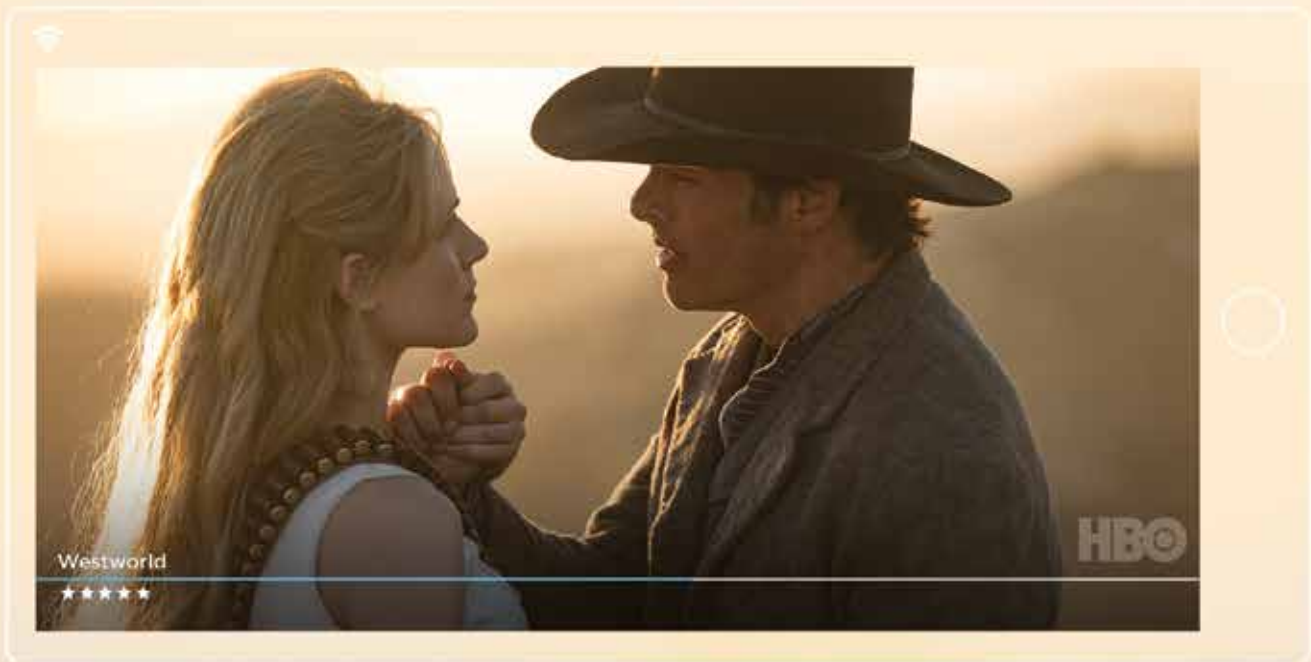
Nuevos canales, contenidos y estrenos

Premios ATVC:

Aumentan las
inscripciones

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.





Asociación Argentina
de Televisión por Cable



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

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

E-mail: atvc@atvc.org.ar

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

Presidente:
Walter Burzaco

Vicepresidente 1°:
Jorge Di Blasio

Vicepresidente 2°:
Armando Ametrano

Secretario General:
Hernán Verdaguer

Pro-Secretario:
Lucio Gamaleri

Tesorero:
Daniel Celentano

Pro-Tesorero:
Eduardo Uría

Vocales Titulares:
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

La Cámara de Diputados está pronta a convertir en ley el texto que se aprobó en el Senado. Se trata del Proyecto de Ley de Fomento de Despliegue de Infraestructura y la Competencia de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Una regulación que, según sus fundamentos, va a reducir la brecha digital, promover la competencia, favorecer inversiones, dinamizar el mercado, mejorar la oferta y la calidad de los servicios y reducir precios. Algo por demás ambicioso para una norma a la que todos llaman "ley corta". El articulado de la norma, es contrario al supuesto interés público que persigue, porque toma un rumbo completamente opuesto a las políticas convergentes que el Estado viene sosteniendo, cuya finalidad esencial es el más amplio acceso a Internet para todos los hogares argentinos. Pero no va a lograr esos objetivos, debido a sus contradicciones internas.

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 dar servicios a quienes hasta ahora no han estado invirtiendo en redes físicas para abastecer a los consumidores con servicios de alta calidad.

La combinación de estas reglas no incentivan el desarrollo de nuevas y modernas infraestructuras de tecnologías de comunicación. Peor aún, permite que quienes hoy están operando redes de acceso a Internet, en el interior del interior, sean afectados por grandes operadores panregionales que, por su despliegue tecnológico –operan mediante satélites– no van a realizar inversión alguna en los pueblos donde el servicio hoy se está brindando por una PYME.

Argentina tiene 700 empresas pequeñas que brindan TV Cable. Muchas ya ofrecen servicios de acceso a Internet y las demás tienen el potencial de hacerlo, pero necesitan estímulos y protección.

Todo el andamiaje regulatorio hasta hoy se ha desarrollado bajo una mirada convergente. Sin embargo, este proyecto habilita el servicio satelital bajo el supuesto de favorecer a los usuarios estableciendo competencia en el video, pero no tiene en cuenta que por el otro lado los perjudica en cuanto al servicio de Internet. Un servicio satelital no va a darle al usuario la calidad de acceso que hoy recibe mediante una red física.

Resuelve la demanda de ciertos operadores, pero no el del ciudadano: El ingreso de un competidor satelital será de la mano de grandes empresas internacionales, que ya tengan su servicio activo en toda la región. Ningún conglomerado de pequeñas empresas o cooperativas tiene la más mínima posibilidad de dar este tipo de servicio.

De tal manera que las PYMES en vez de garantizarse una continuidad por medio de esta ley, serán desbordadas por un competidor de una escala pan-regional, que morigerará los riesgos de operar en un único mercado.

Sin duda, esta disputa será ganada por el de mayor tamaño. Dado ese escenario, el Estado se verá obligado a rediseñar políticas públicas e invertir recursos públicos para dar acceso a Internet, donde se vean perjudicados los operadores actuales.

La ley no busca este resultado, pero lo permite. No lo persigue, pero con su andamiaje lo incentiva. 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: 28° llamado de la industria del cable latinoamericano



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

Una gran feria volverá a concentrar a las principales empresas proveedoras del sector, y un ciclo de conferencias a los protagonistas y referentes del mercado de América Latina.



La Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC) y la Cámara Argentina de Productores y Programadores de Señales Audiovisuales (CAPPSPA) encaran la realización de la 28ª edición de las Jornadas Internacionales de Televisión por Cable -25 al 27 de septiembre, Hilton Buenos Aires-con el convencimiento de estar frente a nuevos desafíos y cambios de enorme importancia para el mercado del cable.

Las Jornadas, siempre prestigiosas y convocantes de los principales actores del sector, tanto de Argentina como de distintos territorios de las Américas, aparecen como un ámbito ideal para exponer y desgranar las grandes problemáticas que presenta la industria a nivel latinoamericano.

“Una vez más, y a pesar de los avatares económicos, creo que hemos preparado una gran edición de Jornadas Internacionales. Superamos la cantidad de stands vendidos el año pasado, lo que marca que la industria mantiene su crecimiento y su total compromiso con el evento más importante de América Latina. Además, se llevarán a cabo diferentes conferencias académicas que abordarán, desde distintos enfoques, los temas que marcan la agenda política y regulatoria de toda la región, con la presencia y participación de los principales protagonistas del sector,” aseguró Walter Burzaco, presidente de ATVC.

Sergio Veiga, presidente de CAPPSPA, también se adelantó a darle la bienvenida a todos los participantes en la expoconvención.

“Como sabemos, el negocio de las Comunicaciones se encuentra desde hace un tiempo en un profundo proceso de Transformación y Evolución que apunta a la Convergencia en las tecnologías de distribución, a la mayor accesibilidad de

los contenidos a través de múltiples dispositivos y, sobre todo, a tener en los gustos y nuevos hábitos de consumo y entretenimiento de la gente, los motores donde centrar su expansión. Y es en este proceso en el que nuestra industria está más viva y activa que nunca!”, enfatizó.

Veiga destaca el especial momento que vive el sector de la TV por cable. *“Con grandes proyectos de inversión en tecnología, con importantes Compañías que se integran al mercado de distribución, con nuevos lanzamientos de Servicios y Contenidos de calidad, con esa fuerza emprendedora que la llevó a ser líder en la región y generar miles de puestos de trabajo de calidad fomentando la producción local y exhortándola al exterior”*.

Las conferencias

Las diferentes realidades de los protagonistas, la lucha contra la piratería, cada vez más compleja por los desarrollos tecnológicos, hasta la palabra calificada de los principales referentes de las empresas de programación y contenidos de todo el continente, serán abordadas en el evento. Además de una presentación dedicada exclusivamente al debate sobre la actualidad convergente y su aplicación a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Una vez más, ATVC y CAPPSPA proponen la organización de un encuentro en el que puedan interactuar todos aquellos que conforman el conglomerado de las industrias TIC, de telecomunicaciones y de la TV por Cable en todas sus formas. Jornadas se recrea año a año para ser un encuentro ideal para debatir y evolucionar en consonancia con los avances culturales, las transformaciones tecnológicas y



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.

f t y i TyC Sports.com

AGENDA DE ACTIVIDADES

MARTES 25 DE SEPTIEMBRE

Acreditaciones

XIII Jornada de Capacitación Audiovisual (para productores de programas de televisión).

MIÉRCOLES 26 DE SEPTIEMBRE

Acreditaciones

Exposición comercial

Acto inaugural

Conferencia académica sobre la industria

Conferencia anti piratería

FORO CAPPSPA:
Empresas de programación y contenidos:
El futuro de la TV

SESIONES ACADÉMICAS TÉCNICAS

Workshops técnicos

Evento 20 años Red Intercable (por invitación)

JUEVES 27 DE SEPTIEMBRE

Acreditaciones

Exposición comercial

Conferencia académica sobre Convergencia y tics

4to. Encuentro de organismos reguladores (CERTAL)

Conferencias CAPPSPA contenidos

Reunión comisión directiva Cappsa (por invitación)

Conferencia SCTE (Society of Cable Telecommunications Engineers – usa)

WORKSHOPS TÉCNICOS



las distintas regulaciones que marcan el ritmo de la región.

Esta 28ª edición tiene confirmadas cinco conferencias relacionadas con la actualidad del sector, las sesiones académicas técnicas, los workshops técnicos y la conferencia de la Society of Cable Telecommunications Engineers (SCTE). El 25 de septiembre quedará reservado para la celebración de la XIII Jornada de Capacitación Audiovisual, organizada conjuntamente con el Distrito Audiovisual de la Ciudad de Buenos Aires.

Los cambios tecnológicos y regulatorios ya han comenzado a dar respuestas a las demandas y cambios de hábitos de uso de la sociedad. En una de las charlas, se evaluará cómo se piensa el sector ante este nuevo escenario y sus prácticas aplicadas en un marco de desarrollo social, económico y educativo.

Movilidad, multipantalla, cambios de formas de consumo y oferta. Se debatirán las nuevas estrategias y desarrollos planteados por cada uno de los actores que conforman la industria para acompañar la transformación del sector y mantenerse a la vanguardia de los requerimientos del usuario final. Por otra parte, se dará lugar a una presentación donde actores de diversos ámbitos expondrán sus experiencias en materia de conexiones clandestinas y otras formas de piratería que afectan la calidad del servicio y la capacidad de inversión. Cómo afrontar el necesario cambio cultural y legal para combatir y

erradicar esa práctica.

También habrá un espacio reservado exclusivamente para los principales ejecutivos de empresas de programación y contenidos, quienes debatirán sobre el presente y futuro del consumo de contenidos y cómo se ha modificado el paradigma al momento de pensar en producciones y programación de contenidos.

Las grandes señales de la región también dirán presente con una serie de conferencias especializadas. Discovery Networks, TELEFE/Viacom, Fox, Turner y ESPN ofrecerán charlas referentes a diversos temas entre los que se destacan la presentación de contenidos, comercialización de contenidos Premium, insights detrás de disrupción tecnológica y programación para las diferentes plataformas, entre otros.

La exposición

La gran feria comercial se desarrollará entre el 26 y 27, con la participación de la mayoría de los principales proveedores del mercado, tanto de canales como de tecnología.

Entre las compañías programadoras figuran, Acontecem, AMC Networks, Artear, Deutsche Welle, Discovery Networks, Disney-ESPN, EWTN, María Visión Networks, FOX Networks Group, HBO LAG, HotGo Media, MBA Networks, RFI/France 24, Satsaid, Stingray, TyC Sports, Telearte, Televisa, Turner, TV Azteca, Viacom-Telefe y Zee Mundo.

Los expositores proveedores de tecnología son:

Antronix, Arris, Ateame, BCD, Cable Parts, C-Data Technology, Domus Network, EKT, English Club TV, EXO, Gospell, Hangzhou Runzhou, Hansen Technologies, Hitecno, Jonard Tools, Latino TCA, LatPower, Mach Electronics, MOTV.EU, Multiradio, Network Broadcast, QVIX Solutions, Red Intercable, ReporTV, SGD, Softel, Stechs, Toolbox, Viditec, Wire Tech, Zhejiang BC&TV. También son expositores: Red Intercable, DAC, y Satsaid.



SAGAI

“ RECAUDAMOS Y DISTRIBUIMOS
LOS **DERECHOS INTELECTUALES** DE LOS
ACTORES INTÉRPRETES



Aumentan las inscripciones para los Premios ATVC



El único galardón de la TV paga americana que premia las producciones del sector del cable de todo un país volverá a tener un nuevo récord de participantes.



En este 2018, la Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC) celebrará la 26ª edición de los únicos galardones que reconocen e impulsan el crecimiento de las mejores producciones audiovisuales de cada rincón del país. El evento anual sirve como un estímulo al trabajo realizado en siste-

mas de cable de más del 75 por ciento de las provincias argentinas, además de producciones de países limítrofes y Estados Unidos. La inscripción, cerrada en agosto, una vez más demostró el interés que tienen las empresas del sector de todo el país en mostrar sus producciones más representativas.

Como lo ha hecho desde hace años, ATVC divide sus categorías en rangos de habitantes que van desde 1 a 10.000, 10.001 a 20.000, 20.001 a 50.000, 50.001 a 200.000, más de 200.001 y señales satelitales. Esta subdivisión garantiza la pluralidad de voces y un alcance federal. En www.atvc.org.ar, ya se encuentran disponibles cada uno de los detalles relacionados con esta nueva edición de la premiación.

En esta oportunidad participan todos los programas producidos y emitidos por cable, UHF y/o MMDS en Argentina, desde el 1º de julio de 2017 hasta el 30 de junio de 2018.

Hay 12 géneros diferentes en los que se concursa: Asuntos Agropecuarios; Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente; Cultural; Deportivo; Documental; Educativo; Infantil; Interés General; Musical; Periodístico de Opinión; Periodístico Informativo (Noticiero); Promocional (campañas de bien público, presentaciones de programas, publicidades comerciales, etc.).

Premios ATVC se ha convertido en la premiación más federal del continente, en la que participan desde los más pequeños productores de canales locales en comunidades remotas de los cuatro puntos cardinales del territorio nacional, hasta las más importantes productoras internacionales, en un marco de compromiso con los valores más elevados respecto de la calidad, innovación y pluralidad de voces, en defensa de las instituciones de la república.

El jurado, presidido por el periodista y

guionista Eliseo Álvarez, elaboró una serie de recomendaciones para orientar a los realizadores al momento de decidir la presentación del producto. Entre otros conceptos, se hizo hincapié en la importancia de presentar nuevos enfoques a través de un mensaje audiovisual. Las producciones deben brindar información, forjar conocimientos, y al mismo tiempo entretener al espectador; reflejar aspectos de la realidad, de la historia y/o de diferentes aspectos de la sociedad en que se circunscriben.

Este año actuarán integrarán el panel de jueces, Federico Guerra (Géneros: Asuntos Agropecuarios / Ciencias, Tecnología y Medio Ambiente); Silvia Hopenhayn (Género: Cultural); Alejandro Fabbri (Género: Deportivo); Camila O'Donnell (Género: Documental); Aldana Duhalde (Géneros: Educativo / Infantil); Luis Cuelle (Género: Interés General); Antonio Tarragó Ros (Género: Musical); Hugo Grimaldi (Género: Periodístico de Opinión); Osvaldo Petrozino (Género: Periodístico Informativo - Noticiero) y Carlos Acosta (Género: Promocional).

"Tenemos el orgullo de poder ofrecer una premiación de primera línea en lo que refiere a la región, y lo haremos por 26ta vez ininterrumpida. Para nosotros, más allá de los cambios de color político y las diferentes regulaciones que conllevan, siempre será importante destacar el trabajo de los canales, las señales satelitales, los realizadores y productores que emiten sus programas en todo el país, porque trabajamos codo a codo y sabemos el esfuerzo que implica. Son ellos quienes se comprometen todos los días a generar un medio de comunicación social representativo de las comunidades, símbolo del federalismo de la Televisión por Cable desde hace más de 50 años," aseguró Walter Burzaco, presidente de ATVC.



LA MEJOR PROGRAMACIÓN EN FRANCÉS
 CON SUBTÍTULOS EN ESPAÑOL

TV5MONDE

[YouTube](#) [Facebook](#) [Instagram](#) [Twitter](#) [Pinterest](#) @TV5MONDELATINA



- RESPONSABLE DISTRIBUCIÓN CONO SUR-
 DECOS EN COMODATOS
 CORINA GOICOECHEA
 TEL: (54911) 60034871
 CORINA.GOICOECHEA@TV5MONDE.ORG

© 2018 TV5 MONDE

La nueva Telecom 2018/2020 con fuerte inversión

Carlos Moltini, CEO de Telecom Argentina, adelanta en este reportaje exclusivo con Revista ATVC los ambiciosos planes trazados por el principal operador de TV Paga y Telecomunicaciones combinadas de la Argentina.



Carlos Moltini

Durante junio pasado, la fusión entre Telecom y Cablevisión recibió la aprobación de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, organismo dependiente de la Secretaría de Comercio, obteniendo así el requisito final que avala la operación de la nueva Telecom. Queda entonces en pie la principal compañía de telecomunicaciones de la Argentina y uno de los players más fuertes de la televisión paga y de las telecomunicaciones combinadas de América Latina. En la nueva etapa, hay muchos interrogantes en el mercado, principalmente relacionados a estrategias previstas, planes puntuales, inversiones. Carlos Moltini, CEO de Telecom Argentina, principal ejecutivo de la compañía resultante de la fusión, los responde en esta entrevista con Revista ATVC.

-Sorteada la fase de aprobaciones de los entes oficiales ¿Cuándo se iniciaría la operación oficialmente, ya bajo la nueva estructura? ¿Dónde estará la base de operaciones?

- La compañía ya se encuentra trabajando en forma integrada con sus estructuras de management definidas y en pleno proceso de evolución cultural. Dado la magnitud de la nueva empresa se han mantenido todas las sedes en operación (en CABA), privilegiando que todos los integrantes de cada área de la compañía trabajen

en el mismo edificio para facilitar el trabajo.

- Cuáles son los planes de aquí a fin de año? ¿Y cuáles para el año entrante?

-La fusión entre Telecom y Cablevisión nos permitirá potenciar y optimizar las inversiones en tecnología e infraestructura que cada compañía venía realizando en forma individual. Esto acelera los tiempos para consolidar la mejor y más sustentable red fijo-móvil, al nivel de las redes convergentes de los países más desarrollados, dando así un salto cualitativo en términos de cobertura, capacidad y calidad de servicio para los clientes que se traduce en mayor despliegue para redes de acceso, fibra óptica para redes urbanas e interurbanas, y el desarrollo de sistemas que unifiquen todos los servicios.

-¿Tienen ya definido el nivel de inversiones para esta nueva etapa?

-El plan de inversiones definido de la nueva Telecom es de US\$ 5.000 millones para el trienio 2018/2020, de los cuales US\$ 1.400 millones se cumplirían durante este año, y estarán destinados a materializar la plataforma de servicios convergentes para responder a la demanda de conectividad permanente y en movilidad de nuestros clientes.

La compañía va a seguir invirtiendo fuertemente porque necesita tener una infraestructura diferencial, ya que es un pilar en el desarrollo del negocio.

-¿Cuándo y en qué plaza o plazas se iniciará la oferta Cuádruple Play?

- De acuerdo a lo estipulado en la legislación vigente, las empresas estarían en condiciones de ofrecer servicios en cuádruple play en enero de 2019, inicialmente en las ciudades de Buenos Aires, Córdoba y Rosario. En Telecom consideramos que es fundamental para la Argentina contar en

un futuro cercano con infraestructura de conectividad y de servicios de comunicaciones convergentes (internet fija y móvil, video y voz) a lo largo y a lo ancho del territorio nacional, que le permita satisfacer la necesidad de conectividad permanente y en todos los dispositivos, para estar así a la altura de la última tecnología de comunicaciones a nivel mundial.

Nosotros acompañaremos esta evolución ofreciéndoles a nuestros clientes propuestas diferenciales y convenientes cuando podamos garantizar una experiencia realmente integrada y de calidad.

- ¿Cuál es vuestra opinión sobre las presiones de Telefónica y Claro para que las autoridades aborten la fusión?

-En Telecom apostamos por la competencia, e incentivamos a que sean nuestros clientes quienes puedan elegir la opción que les resulta más conveniente.

Con la integración de las estructuras de las empresas fusionadas Telecom y Cablevisión, se ha logrado fortalecer la posición de la nueva Telecom en un mercado altamente competitivo, en el que participan operadores transnacionales y que demanda inversiones intensivas y permanentes en tecnología.

-En qué áreas de negocios y en qué territorios observan las mayores oportunidades para crecer?

-Estimamos que el mercado de las telecomunicaciones continuará en crecimiento con relación a los servicios móviles, la banda ancha y de contenidos, impulsados fundamentalmente por la madurez de las nuevas tecnologías. En Telecom continuaremos afrontando los desafíos de una alta demanda de conectividad por parte de los clientes.

Nos proponemos desarrollar las mejores ofertas en términos de veloci-

Rai Italia

DISFRUTE DE UNA DE LAS MEJORES LIGAS DEL MUNDO.



CONDISTA
INTERNATIONAL
WWW.CONDISTA.COM

CONTACTOS:

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

dad, calidad, innovación, propuesta de valor y confiabilidad tecnológica para todos los servicios. Confiamos en aumentar el nivel de demanda de los productos y servicios de nuestras marcas comerciales, y aún sumar nuevos clientes desarrollando ofertas combinadas que privilegien la conexión en todo momento y desde cualquier dispositivo.

-¿Actualidad, expectativas, proyecciones con Flow?

-Estamos realmente muy satisfechos con el crecimiento vertiginoso que ha tenido Flow este año. Por un lado, cada vez más clientes utilizan la plataforma y disfrutan de las diferencias funcionales. Ya hemos superado los 750 mil clientes de Flow App y los 400 mil de Flow Box y sabemos que esta tendencia de crecimiento sostenido no hará más continuar en esta dirección.

Más allá de esto trabajamos todos los días para mejorar el servicio. Aunque no se perciba, continuamente se realizan upgrades de la plataforma mejorando distintos aspectos de la navegabilidad y experiencia de usuario. Aprendemos del uso que los clientes hacen de la plataforma y la adapta-



mos para que evolucione junto con sus hábitos de consumo.

Ahora Flow inicia una nueva etapa, donde nos hemos propuesto desarrollar la plataforma 100% inhouse. Estamos construyendo una fábrica de Software dentro de Telecom, una gran apuesta para la compañía en este mercado emocionante y competitivo en el que estamos sumergidos. Flow Factory es la evolución natural de nuestra plataforma.

Sabemos que la mejora continua en la experiencia de usuario, sumado a la calidad y cantidad de contenido, tanto en la grilla lineal como a de-

manda, son lo que nos mantendrá a la vanguardia, sorprendiendo siempre a nuestros clientes para que continúen eligiéndonos día a día.

- Aliada a otras compañías del mercado -canales de TV paga, productoras, canales abiertos-, Cablevisión inició su incursión en la producción original, fundamentalmente para reforzar a Flow.

¿Hay planes de intensificar esas alianzas y redoblar la apuesta en contenidos originales?

Si, absolutamente. El año pasado iniciamos el camino de la coproducción de contenidos y comenzamos con tres series. Este año cerraremos el año con 7 coproducciones y ya tenemos muchos planes para el 2019. Realmente estamos muy contentos con los resultados que han derivado de este proyecto. Hoy las series que coproducimos son de los contenidos a demanda más vistos por nuestros clientes. Y este éxito se debe a la gran calidad de los contenidos como así también al original formato de disponibilidad que hemos definido, que permite a los clientes de Cablevisión ver las series completas antes que nadie.

PROGRAMACION

Estreno de Relatos de un Sismo

Hace un año, México vivió nuevamente un momento dramático. Casas que parecían de papel se desmoronaban. Derrumbes. Calles que se abrían literalmente. Aquel 19 de septiembre de 2017 el país vivió uno de los terremotos más destructivos de su historia. Otra vez un sismo generaba devastación en un territorio naturalmente expuesto.

Para recoger los detalles del desastre natural, Discovery envió un equipo de producción que relevó los momentos inmediatamente posteriores. El fin fue rendirle un homenaje a los héroes anónimos y víctimas de esta tragedia. El resultado es una realización original de la compañía, Sept19mbre: Relatos de un Sismo, un documental con testimonios inéditos que cuentan las horas de horror, fortaleza y solidaridad vividas en aquella fecha, producido para Discovery por Pacha Films en coproducción con Cromática y Scopio. Michela Giorelli y Rafael Rodríguez son los productores ejecutivos para

Discovery, mientras que Luis del Valle es productor ejecutivo para Pacha Films..

Muy cerca de cumplirse un año y como parte de la iniciativa Celebrando México, Discovery estrenó el documento el miércoles 12, en el primetime de México, con repetición el 19 a la misma hora. También el documental llega Argentina, Colombia, y a EEUU a través de Discovery en Español. La producción destaca el valor, la nobleza y entereza de miles de mexicanos quienes con sus acciones contribuyeron a que este episodio de la historia del país sea recordado por el trabajo en equipo y la ayuda humanitaria recibida.

“A muchos de nosotros nos tocó vivir la tragedia de 1985 y en el 2017 pudimos ser testigos de como la tecnología hizo una enorme diferencia en la acción social. Lo que nos queda claro es que el corazón y coraje de los mexicanos, sigue siendo el mismo. Tenemos historias que creemos nos invitan a reflexionar, recordar e



incluso celebrar pues todas tienen en común la solidaridad de los mexicanos”, afirmó Miguel Cárdenas, director general de Discovery Networks México.

Alineado al estreno en pantalla, Discovery realizó un convenio de colaboración con el Museo Memoria y Tolerancia (MyT) para sumarse a su exposición temporal “Sismos 1985-2017 de los escombros a la esperanza”, la cual estará abierta al público a partir del 31 de agosto y hasta el 30 de octubre.

Ideas tenemos todos.

*Solo un autor
las convierte en obras.*



argentores

Sociedad General de Autores de la Argentina

“Los resultados finales superarán ampliamente las expectativas”



El nuevo escenario, más competitivo y más crítico, exigirá operadores más ambiciosos. Carlos Granzotto, Gerente General de Gigared, confirma la decisión de “invertir fuertemente” para aumentar la capacidad de sus redes instaladas en el litoral argentino.

En el nuevo mapa argentino de las telecomunicaciones, Gigared arranca con una operación consolidada y un posicionamiento de relevancia en el mercado en sus territorios de operación, básicamente, Santa Fe, Entre Ríos, Corrientes, Chaco y Misiones. La compañía, nacida en 2001, es una de las adelantadas en cuanto a oferta triple play en territorio argentino, brindando televisión por cable, telefonía fija y acceso a Internet de alta velocidad, a través de redes HFC.

¿Cuáles son las expectativas de la empresa en esta nueva fase de telecomunicaciones audiovisuales? ¿Cuál será la estrategia ante la llegada de competencias de porte importante?

Carlos Granzotto, gerente general y máximo ejecutivo de Gigared desde hace seis años, aborda esos interrogantes, además de otras cuestiones clave para el grupo, en su diálogo con Revista ATVC.

¿Cómo observan el panorama de la televisión paga argentina tras aprobarse la fusión entre Telecom y Cablevisión? ¿Qué dificultades, desafíos, expectativas, les plantea el escenario nuevo?

-Actualmente el mercado argentino se encuentra atravesando un proceso de cambio ante la aparición de nuevas reglamentaciones y competidores que convergen. Consideramos que nos espera un mercado mucho más competitivo y agresivo, marcado claramente por la inminente convergencia donde el consumidor tendrá la posibilidad de elegir entre múltiples opciones, ya sea por precio o por producto.

¿Dificultades? Algunas quizás, muchas de ellas siempre estuvieron sin influir demasiado en la operación de las compañías.

¿Desafíos? Muchos, centrados principalmente en la expansión, mejora



Carlos Granzotto

en la calidad y oferta de servicio y por sobre todo en la experiencia del cliente.

¿Expectativas? Todas y por supuesto sumamente positivas, creemos que incluso los resultados finales las superarán ampliamente.

¿En qué punto se encuentran vuestras intenciones de obtener permisos en nuevos mercados del país? ¿Cuáles serían las nuevas plazas más importantes para ustedes? ¿Qué planes hay con la oferta QuadPlay?

-Desde ya hace varios años, la estrategia de Gigared es invertir fuertemente para aumentar la capacidad de sus redes instaladas en el litoral argentino, fortaleciendo y aumentando los vínculos entre las distintas ciudades. Asimismo, en todo momento se busca expandir las zonas de cobertura tanto en las plazas donde actualmente prestamos servicio como en aquellas nuevas potenciales de desembarco.

Actualmente se está avanzando en el cableado y activación de nuevas zonas en Posadas, Paraná y Crespo, además del desembarco en a nuevas localidades como Santo Tomé, cuya participación operativa marcó un éxito rotundo,

Barranqueras y San Luis del Palmar. Gigared ya cuenta con la licencia OMV, y gozar de ella nos obliga a trabajar y tener presente estas cuestiones a la hora de definir las estrategias y los planes de proyección a futuro.

¿Cuáles son las ofertas más exitosas de Gigared?

-La oferta más exitosa de Gigared continúa siendo la atención personalizada, la disponibilidad del personal en cada una de nuestras operaciones a responder consultas, resolver inconvenientes y mejorar la calidad de los servicios.

Es importante destacar, que recientemente obtuvimos la certificación ISO9001 en nuestro Servicio de Atención al Cliente (SAC). Esta certificación refleja la cercanía que Gigared busca tener con sus clientes, resolviendo los inconvenientes en el menor tiempo posible, dando respuestas rápidas y certeras través de su Call Center y con atención presencial y personalizada en seis sucursales distribuidas a lo largo del litoral argentino que reciben mensualmente la visita de miles de clientes. Allí se ofrece un servicio de atención multiskill, que abarca la adquisición del servicio, cobro de facturas, reclamos técnicos, seguimiento y consultas autogestionadas.

¿Qué tal la evolución de Espacio Giga?

-Espacio Giga no para de crecer. Cada día son más los clientes que se suman a la utilización de esta plataforma, que al día de hoy supera por un 28% los registros proyectados para este 2018. Actualmente estamos lanzando la APP para sistemas operativos Android y en breve estará disponible también para IOS, lo que permitirá mejorar aún más la experiencia del usuario, brindando nuevas y mejores funcionalidades especialmente diseñadas para que pueda disfrutar sus contenidos favoritos esté donde esté.

Lo que necesitas para tomar mejores y más rápidas decisiones tecnológicas



Líder mundial en fabricación de CMTS. Modelo C100G y C40G, más pequeño (6RU), con DOCSIS 3.0 y 3.1 de apoyo, en las configuraciones que necesites. Placas DS / US, Licencias y Soporte Técnico.



Hitron Technologies, Cable Modems en configuraciones D3.0 8x4 y 24x8 c/WiFi eMTA 2,4 y 5,8 Mhz.

OPTIVO

OPTIVO es una Plataforma Óptica gestionable por IP, compacta, de muy poco espacio y con gran ahorro de energía. Tx 1550 nm, EDFA 1550 nm y mucho más.



Plataforma:
Tx y Rx Modulares 1310 nm – 1550 nm.
16 Módulos – Fuente Redundante

Nodos Ópticos:
Nodos ópticos de 2/4 salidas independientes con diodo Ortel, Micronodos para RFoG. 1Ghz de 4 Salidas. 43/54 dBmV con retorno DFB 1 o 2 mW / Opciones Low-Mid-High Split



CPAT – FLEX es un Sistema de Monitoreo que detecta automáticamente los puntos de fuga de RF en alta y baja frecuencia y los puntos de ingreso de ruido al retorno, mejorando así la administración del proceso de reparación y mantenimiento de redes, reduciendo los tiempos y los costos de mantenimiento operativo de la red en al menos 30%. Certifica sus redes con 100% de seguridad.



La mejor solución de gestión de RF y óptica que facilita la organización del Headend y de los Hubs, simplificando el conexionado. Plataforma MAXNET con conectores F y BNC (divisores, combinadores, DC, filtros, amplificadores y más), y MAXNET II con conectores Minicoax.



ELECTROLINE, Productos para HFC (Soluciones Inalámbricas, Plataforma de Transmisión), FTTH, RFoG y PON.



Placas DS/US C4/C4c Cable Modems D3.0 con y sin WiFi. Proveemos toda la línea de Productos ARRIS. Solicite Presupuesto

Comercializamos TODA la línea de productos de la empresa ARRIS

Soluciones en equipamiento GPON, Plataformas, Servicios y más.



Sistema de monitoreo IP de parámetros ambientales para Headend. Controla con mensajes SMS, Mails y llamadas telefónicas de aviso. Incluye: Sensores de Temperatura, Detectores de Humo, Agua, Corte de Corriente Eléctrica, Aperturas de Puertas y Más.



FINANCIACION: Propia y líneas especiales desde 6 a 36 meses en pesos.



Av. Costanera Rafael Obligado 4899 - 1428 - CABA - Argentina

Email: ventas@hitecno.com.ar

Tel: 54-11-4706-0070 - Web: www.hitecno.com.ar

HBO Latin America sostiene crecimiento y multiplica inversión en producción original

“La oferta lineal Premium y la no lineal nos permite seguir creciendo,” asegura Javier Figueras, VP Corporativo de Relación con Afiliados de la compañía.



Pese a los años transcurridos y a los grandes cambios del mercado, HBO Latin America ha logrado mantener la condición de líder que ostenta en el terreno Premium desde el propio origen de la industria de la TV paga latinoamericana, hace ya casi treinta años. Tras consolidarse como el principal proveedor de contenidos Premium de la TV por suscripción del territorio, la empresa -inicialmente abierta en Venezuela y posteriormente basada en Miami- tuvo la capacidad de proyectarse más allá, al iniciar la producción original con calidad ‘Hollywood’ en los países de la región hace 15 años y más recientemente con la puesta en marcha de su operación no lineal, HBO Go.

“Seguir de cerca el fenómeno de la digitalización y el crecimiento de los hogares con HD nos ha permitido mantener el crecimiento de nuestra oferta premium en la región,” le apunta a Revista ATVC, Javier Figueras, vicepresidente Corporativo de Relación con Afiliados de HBO Latin America.

“A lo largo de los años hemos ido escuchando lo que el consumidor quiere tener y cómo y dónde lo quiere tener, y nos hemos ido preparando para ofrecerle no solo una oferta lineal sino una oferta 360 grados, que combina una entrega de contenido lineal con otra no lineal de la plataforma digital, fundamental para el continuo crecimiento de HBO en América Latina.”

Para Figueras, ha sido clave también la decisión de la compañía de involucrarse en la creación de contenido propio en la región.

“Lo importante es que se hicieron grandes inversiones a nivel de contenido por parte de HBO, no solamente de lo generado por los grandes estudios, sus películas, sino también por todo lo que hemos hecho a lo largo de estos años impulsando producciones origi-



Javier Figueras

nales. Ese tipo de inversión ha dado un posicionamiento y fortalecido la oferta premium que nos ha permitido hasta hoy seguir creciendo.”

La historia de HBO Latin America Originals se inició en 2003 en Argentina, con la realización de la serie Epitafios, compartida con la productora local Polka. A ese punto de partida se le agregaron luego varias producciones más, series que han recogido el favor de la audiencia: “Mandrake”, “Hijos del Carnaval”, “Capadocia”, “Alice”, “Prófugos”, “Preamar”, “Sr. Ávila” (ganadora del Emmy Internacional), “Magnífica 70”, “Psi”, “El hipnotizador”, “El negocio”, “Dios Inc.” y “Jardín de Bronce”.

Lo nuevo

En Bogotá, la compañía ha comenzado las grabaciones de “Mil Colmillos”, su primera gran serie de ficción en Colombia, esta vez coproduciendo con Rhayuela Films. El seriado fue escrito por Jaime Osorio y Guillermo Escalona, y será dirigido por Osorio y Pablo González.

El rodaje durará 16 semanas y será íntegramente filmada en Colombia, mostrando diferentes locaciones como Bogotá, Zipaquirá y Armero, entre otros lugares del país. La producción contará con un equipo local de gran experiencia que incluye áreas de producción de alta especialización como efectos

visuales y CGI, entre otros. El talento escogido para esta serie también es completamente colombiano.

“Mil Colmillos” cuenta la historia de un comando de élite que es desplegado en la selva con la misión de acabar con un misterioso líder que tiene bajo su mando una gran milicia de origen desconocido. Los productores ejecutivos para “Mil Colmillos” son Luis F. Peraza, Roberto Ríos y Paul Drago por parte de HBO Latin America, en conjunto con Federico Durán de Rhayuela Films. El servicio de TV premium espera lanzar esta nueva producción latinoamericana a fines de 2019.

HBO Latin America Originals, el nombre de la división de la empresa dedicada a las producciones propias, también tiene en curso la realización de su nueva serie original brasileña, “Hard”, una adaptación de la reconocida comedia francesa de Canal+, conjuntamente encarada con la productora Gullane. La versión de HBO Latin America cuenta con la supervisión artística del reconocido Daniel Rezende (“Cidade de Deus”, “Bingo: O Rei das Manhãs”, “O mecanismo”). La dirección es de responsabilidad de Rodrigo Meirelles, Júlia Pacheco Jordão y Caroline Fioratti. El guion, en tanto, es de Danilo Gullane, Juliana Rosenthal, Patricia Leme, Mariana Zatz y Laura Villar. Fabiano Gullane estará al frente de la producción ejecutiva por parte de Gullane, mientras que por HBO Latin America Originals lo harán Roberto Ríos, Eduardo Zaca, William Benschimol y Rafaella Giannini.

No se detiene allí la intensa labor de HBO Latin America. En Argentina ha comenzado también la producción de una nueva temporada de su serie original, “El Jardín de Bronce”, conjuntamente con Pol-Ka. Los nuevos episodios comenzaron a rodarse en Buenos Aires en agosto pasado.

Nos unimos para acompañarte mejor

Personal

Fibertel

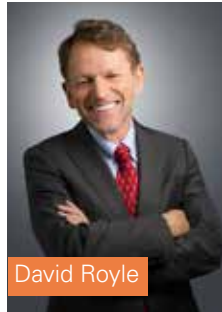
Cablevisión

Impresionantes historias y la destreza para contarlas



Ya estrenada en América Latina, la señal global está redoblando sus esfuerzos para crear contenidos dirigidos a la región.

Smithsonian Channel no es un canal más en la profusa cartera de señales de TV paga del mundo. Además de sus valiosos contenidos, mayoritariamente exclusivos, es el único canal a nivel mundial creado en un museo. Un museo que no es cualquier museo: se trata de la Smithsonian Institution, el complejo de museos, educación e investigación más grande del planeta.



David Royle

En América Latina, Smithsonian Channel ya está disponible en Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Uruguay y el Caribe no estadounidense. Fue lanzado como un canal HD en DirecTV Latin America, brindando también 4K para el servicio VOD 4K UHD de DirecTV.

"Nuestra programación presenta la información más reciente sobre temas que van desde la historia y la aviación, hasta avances tecnológicos de vanguardia y descubrimientos científicos, hasta cuestiones culturales y actuales relevantes para los principales mercados de América Latina", le apunta a Revista ATVC, David Royle, vicepresidente ejecutivo y Chief Programming Officer de Smithsonian Channel.

-¿Cómo nació Smithsonian Channel?

-Royle: Somos el resultado de la unión entre la Institución Smithsonian (Smithsonian Institution), el complejo de museos e investigación más grande del mundo, con base en Washington DC, y CBS el cual es la emisora comercial líder y más prestigioso de Estados Unidos. ¡Esto nos da un ADN muy especial! Nos es grato pensar que gracias a CBS (y CBS Showtime) hemos heredado una narración fuerte, dramática y visual y que la combinamos con la precisión

factual y la integridad de Smithsonian.

- ¿Qué particularidades tiene la programación y cuál es su target?

- Creemos que las tendencias de contenido en América Latina se basan principalmente en dos aspectos: la calidad de la presentación audiovisual, como HD y 4K, así como la "sustancia" y la precisión

de la información presentada en cada programa. Somos un canal de entretenimiento factual, que se centra en la historia, la ciencia, la aviación y el espacio, la historia natural y la cultura pop. Toda nuestra programación es familiar! Ofrecemos a los televidentes una maravillosa selección de series, que van desde "Million Dollar American Princesses" hasta "America in Color" y "Air Warrior", que trata sobre los aviones de guerra más innovadores del mundo. Estaremos estrenando una edición especial este mes, contando la historia de Meghan Markle y su viaje desde el programa de televisión "Suits" a su matrimonio con Prince Harry.

Luego también ofrecemos un flujo constante de especiales, como "Incredible Flying Jetpacks", "Mysteries of the Rainforest" y "The Accordion Kings", que presenta al incomparable Carlos Vives y cuenta la historia de la feroz competencia en Colombia para coronarse como el Rey del Acordeón.

Y el público adora nuestra serie "Aerial America": The New York Times lo ha llamado "uno de los espectáculos más visualmente aventureros de la televisión". Cuenta la historia de Estados Unidos, todo filmado desde el aire. Recientemente ampliamos la serie a "Aerial Ire-

land" y "Aerial Africa." Y ahora, como pueden imaginar, estamos planeando "Aerial Latin America".

Estamos trabajando para aumentar la cantidad de programas que producimos en América Latina. Estamos a punto de lanzar nuestra serie 4K / UHD "The Wild Andes" que ha sido filmada durante cuatro años y es el retrato más deslumbrante de una de las grandes maravillas naturales del mundo. Queremos que nuestra programación se inspire y explore las maravillas y las historias de los diferentes países de América Latina, donde nuestra marca está presente.

- ¿Qué aspectos de la programación son los que más diferencian al canal?

- Primeramente, el canal Smithsonian es un verdadero canal de entretenimiento de no ficción. En un momento en que tantos canales de contenido no ficticio producen espectáculos de realidad fabricados, Smithsonian Channel vuelve a poner los hechos en la televisión real.

- ¿Cuál es la cobertura mundial?

- Cubrimos un vacío de programación en el mercado y nuestra distribución crece todo el tiempo. Estamos distribuidos a lo largo de los EE. UU., en Canadá y Singapur, y lanzaremos en Europa a principios de 2019. En Latinoamérica, estamos encantados de estar representados por Castalia Communications que han sido socios extraordinarios. Ellos entienden el mercado y las necesidades de su audiencia tan bien. Nos reunieron con DirecTV Latin America, y estamos muy entusiasmados de trabajar con ellos a medida que ampliamos nuestra huella en todo el continente, forjando nuevas relaciones con socios adicionales.

Fotos: Smithsonian Channel



Foto: Anwar Hussein



Widening Horizons

DAICHI MIURA

Japan to the World

nhk.jp/world

Contacto Miyuki Nomura

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

Hitecno brinda soluciones tecnológicas para redes

"Ofrecemos lo que el mercado necesita. Productos de alta calidad, al mejor precio y con financiación propia a 120 días y con líneas de 6 meses en pesos sin interés y hasta 36 meses con tasas preferenciales en pesos," enfatiza Darío Barab, CEO de Hitecno, al referirse al plan estratégico que permitió a la empresa argentina impulsar los proyectos que los operadores demandaban para actualizarse y así avanzar tecnológicamente.

Desde 2013, Hitron Technologies le otorgó a la empresa la confianza y el apoyo para comercializar sus Cable Modem, actualmente en configuraciones D3.0 en 8x4, 24x8 y D1.0 todo con MTA y WiFi 2,4 y 5,8 Mhz. La calidad de estos ha llevado a Hitecno a distinguirse en el mercado.

"Realmente nos pone muy contentos estar aportando nuestro esfuerzo para que las inversiones continúen y acompañar así el desarrollo de nuestra industria en todo el ámbito nacional," agrega el principal ejecutivo de la compañía.

Desde hace años Casa Systems integró a Hitecno a su red mundial de distribución y comercialización de sus CMTS, los que ofrecen una opción para cada necesidad y se configuran para permitir el crecimiento del ancho de banda que acompaña las necesidades del operador, con Placas y Licencias y la introducción del Remote Phy y el DPoE que convivirán junto a las plataformas de Docsis 3.0.

La firma, basada en Buenos Aires, también ha sido elegida por EFFIGIS-CPAT para la representación de su Sistema continuo de monitoreo



Darío Barab



de Fuga e Ingress CPAT-Flex, que permite al operador mantener las redes HFC libre de interferencias. CPAT - FLEX detecta automáticamente los puntos de fuga de RF en alta y baja frecuencia y los puntos de ingreso de ruido al retorno.

Estos eventos se grafican en el mapa de alarmas en tiempo real, con un sistema intuitivo que simplifica la emisión de ticket de reparación y la administración del proceso de reparación y soporte, reduciendo los tiempos y los costos de mantenimiento operativo de la red en al menos 30% y, al controlar el ingreso de la LTE y TDA en la directa y del ruido en el retorno, Permite una correcta certificación de obra en las redes; incrementa la efi-

ciencia del sistema.

Otra novedad comercial de Hitecno es el Sistema Modular para Transmisores y Receptores ópticos para HFC Optivo. Según Barab: *"Optivo es una Plataforma Óptica gestionable por IP, que en 4 unidades de rack permite instalar 16 diferentes slots, reduciendo el consume eléctrico y la eficiencia del Headend"*. Hitecno también incluyó dentro de sus líneas de productos los Nodos de 2 y 4 salidas independientes con diodo Ortel, Micronodos para RFoG, la tecnología que permite que la red HFC funcione en forma similar a una red FTTH.

Como distribuidores de ATX Networks, productos ya reconocidos por todos los operadores. Éstos, destacan en la empresa, *"son la mejor solución de gestión de RF y óptica que facilita la organización del headend y de los Hubs proveyendo un soporte que simplifica el conexionado y el ajuste de las redes desde el origen, generando señales más limpias que garantizan el funcionamiento óptimo de toda la red sin requerir grandes inversiones"*.

Se destacan los productos SignalOn y MAXNET que ofrece conectores F y BNC, la solución MAXNET II con conectores minicoax que son soluciones de administración de RF, y UCrypt, que admiten una cantidad de formatos de ingesta, salida y seguridad, que son líderes en la industria. Como novedad en 2018 hemos sumado a la línea de productos de excelente calidad y muy eficiente, de GPON para FTTH, desde OLT y ONU, hasta los pasivos de red.

Acuerdo con Vodafone refuerza planes de Cuádruple Play

Telecom Argentina y la inglesa Vodafone acordaron una alianza estratégica decidida a explotar la convergencia y ofrecer servicios cuádruple play (TV paga, telefonía fija y móvil y acceso a Internet).

La más poderosa compañía de servicios múltiples de Argentina refuerza

de esta manera sus planes de lanzar la oferta de cuatro servicios el próximo año, una vez que tenga la habilitación de la autoridad nacional. Sellaron el acuerdo, Diego Massidda, CEO de Vodafone Partner Markets, y Carlos Molteni, CEO de Telecom Argentina.

La experiencia de la compañía euro-

pea, brindando servicios empaquetados múltiples, fundamentalmente QuadPlay en 25 países, le resultará clave al grupo argentino. Vodafone cuenta con 535 millones de clientes de telefonía celular y 20 millones de clientes de Internet, a los que suma servicios de telefonía fija y TV paga.



FRANCE 24

LIBERTÉ • ÉGALITÉ • ACTUALITÉ



NOTICIAS DEL MUNDO 24 HORAS
En francés, en inglés y ahora también en español.

Disponible ya en francés, en inglés y en español. Satélite Intelsat 21.
amerialatina@france24.com

Crece la distribución de Atresmedia

ATRESMEDIA
INTERNACIONAL



La distribución de Antena 3 Internacional, Atreseries, ¡HOLA! TV y Atrescines se multiplica en lo que va del año, tras acuerdos en México, EEUU y Puerto Rico.

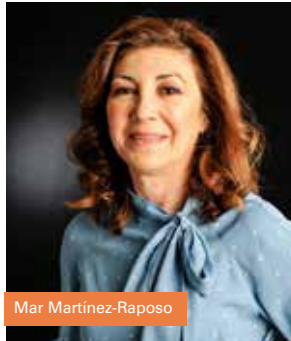


Acuerdos clave en mercados clave. En México, con Megacable. En Estados Unidos, con el OTT de DirecTV. En territorio caribeño, con Liberty. La distribución de los canales de Atresmedia Internacional (Antena 3 Internacional, Atreseries, ¡HOLA! TV y Atrescines) se ha disparado en los últimos meses.

Mar Martínez-Raposo, Directora del brazo de señales internacionales de la española Atresmedia, entrevistada por Revista ATVC, no duda en calificar positivamente lo conseguido en los tres primeros trimestres del año.

"Este es un año de buenos resultados en cuanto al aumento de distribución de nuestras canales. Ya hemos anunciado el cierre de varios acuerdos que nos sitúan en una posición relevante en el mercado de TV paga de las Américas. Los casos de México y Estados Unidos; y el más reciente con Liberty en Puerto Rico son ejemplos. En el Cono Sur estamos presentes en las grillas de los grandes operadores. Es un mercado que se está moviendo y confiamos en formar parte de las novedades que llegan. El objetivo es crecer en abonados, seguir ofreciendo un excelente producto televisivo, y hacerlo por todos los medios a nuestro alcance, a la vez que ofrecemos al operador la posibilidad de trasladarlo a todas las pantallas que el abonado desea"

Las Jornadas Internacionales de Argentina 2018 representan para la compañía otra oportunidad para destacar hitos y novedades de contenidos salidos



Mar Martínez-Raposo

de la rica factoría del gigante español. Además de celebrar los cinco años en el aire de ¡HOLA! TV, se presentarán en el evento de Buenos Aires el estreno exclusivo del thriller "Presunto Culpable", las nuevas temporadas de programas ya clásicos como "El Hormiguero" y la continuidad de series de gran arraigo como "El secreto de Puente Viejo" y "Amar es para siempre".

Consultada sobre los atributos que diferencian las señales de Atresmedia de la variada oferta de señales que hay

en la región, la ejecutiva española ha destacado especialmente la aceptación que tienen las historias y los talentos de sus series y filmes de éxito, tan cercanas para los hispanohablantes de las Américas: *"Es innegable que la competencia es muy grande, pero con el tiempo y muy buen producto hemos logrado hacernos un hueco y una marca, que se relaciona con atributos como originalidad y alta calidad. Ciertamente nuestros contenidos viajan muy bien en todos los mercados hispanos, pero si hemos de destacar algunos contenidos creo que serían las series. Las series de Atresmedia se caracterizan por contar historias universales, que trascienden fronteras, como ha ocurrido con " Velvet" o "Vis a vis". Otro contenido español que gusta mucho en la región es el cine, porque es conocido que actores y directores trabajan habitualmente en producciones y coproducciones tanto en España como en Argentina, especialmente."*

El defensor de los autores argentinos



La Sociedad General de Autores de la Argentina (Argentores) es una asociación civil de carácter mutual y profesional integrada por los autores que estrenaron una obra en televisión, cine, teatro y radio. Desempeña su actividad en teatros, salas de cine, canales de televisión y radios de todo el país y representa, por convenios recíprocos con entidades similares y por contratos con agentes, representantes y apoderados, a la totalidad de los autores del mundo.

Respecto al sector de la televisión por

cable, Argentores solo actúa por convenios firmados. En ese caso, se queda con el 0,65% del total del abono por cantidad de abonados.

En lo que se refiere a la TV abierta, la entidad toma el 6% del total de facturación; teatro 36%; radio 1%; cine 4%, internet 4% y usuarios generales 5%.

El aspecto más crítico es de la relación con las compañías de Internet. Según los referentes de la entidad, "la relación es compleja, aunque hay avances con Netflix e importantes planteos con Google. Es fundamental destacar que

no niegan el derecho. Lo que se discute es un tema de tarifas.

¿Se ha mantenido en el último año el crecimiento de la cantidad de obras registradas por autores argentinos? ¿En cuáles de los sectores ese crecimiento aparece constante y en cuál o cuáles hay un freno o una baja? Argentores expone el siguiente detalle evaluando el periodo abril 2017-abril 2018:

La baja se dio en el cine (-9,22%); radio (-66,34%) y televisión (-9,05%). Crecieron, en cambio, Internet (333,33%) y teatro (8,18%).

ORIGINAL

FASCINANTE

ENTRETENIDO

DIFERENTE

ADICTIVO

PARA TI

AMC NETWORKS™
INTERNATIONAL

LATIN AMERICA



SUNDANCE TV

film & arts
EL ARTE DEL ENTRETENIMIENTO

EUROPA
europa



MÁS
CHIC

Maria Florencia Geoghegan, *Affiliate Sales Director*
e-mail: MariaFlorencia.Geoghegan@amcnetworks.com

Primer aniversario del canal en español de France 24

Tras un lanzamiento exitoso, la señal francesa ya cuenta con 7 millones de hogares en América Latina



France 24 en español fue lanzado el 26 de septiembre de 2017. Pasado un año, actualmente llega a 7 millones de hogares en América Latina; a los que se suman los hogares mexicanos con difusión parcial y alcanzando casi 3 millones de visitas en su sitio web en versión español y 9 millones de vistas a los videos en los soportes digitales.



Olivier Mortier

“Cuando se lanzó el canal, se plantearon dos grandes apuestas editoriales: la independencia y la profundidad. Transmitimos noticias de actualidad a través de noticieros de calidad a lo largo del día, complementadas con reportajes y revistas que abordan temas con sustancias. Habiendo recibido una primera evaluación positiva, creemos que podemos continuar en-

riqueciendo nuestros programas y emisiones en español”, remarca Olivier Mortier, Director de la Distribución en América Latina.

Para el ejecutivo, las alianzas juegan un rol clave, y no solo para continuar ganando mercados en la región. “Deseamos seguir aumentando nuestra presencia entre los operadores de pago, pero también forjar nuevas asociaciones con los actores del panorama audiovisual latinoamericano. Esto es lo que hemos hecho hasta ahora en todas partes. Hoy France 24 se emite en 355 millones de hogares en todo el mundo”

Respecto a las preferencias de público, Mortier señaló que las noticias internacionales ganan terreno frente a la globalización, y si bien existen otros canales en este segmento remarcó las

ventajas de France 24: “El contenido no es escaso y la competencia pareciera ser grande. Sin embargo, no hay tantos medios de comunicación internacional capaces de cubrir la actualidad mundial 24/7 (24 horas al día los 7 días de la semana) en varios idiomas. Junto con RFI, France 24 tiene la suerte de contar con un equipo editorial de varios centenares de periodistas de diferentes nacionalidades que trabaja para ofrecer una visión diferente de la actualidad.”

¿Qué representa para la señal francesa la participación en Jornadas? “Las Jornadas Internacionales es uno de los mayores eventos de distribución de medios audiovisuales de las Américas, en particular de América Latina. Es un evento clave para conocer a nuestros socios, entender los desafíos en todo el continente y desarrollar ofertas a través de nuevas colaboraciones”.

“RFI sigue marcando pauta entre las principales radios del mundo”



Pompeyo Pino

RFI / MCD – Las Américas – Grupo France Médias Monde será otra vez protagonista en la exposición de las Jornadas Internacionales de ATVC y CAPPSSA. Su director de Distribución, Pompeyo Pino, adelantó a Revista ATVC las novedades y lo que entiende como aspectos diferenciales de la propuesta francesa. Pino destaca “la calidad siempre mejo-

rada de nuestros canales de audio 24/7 en diferentes idiomas y que con sonido broadcasting le permiten a los operadores de paquetes de señales pagas incluir gratuitamente para sus suscriptores diferentes ofertas de noticias internacionales en varios idiomas.”

Los canales de noticias internacionales 24/7 de RFI se transmiten en español, inglés, francés, portugués del Brasil, portugués standard, ruso, rumano, persa, chino, vietnamita, camboyano, mandinga, hausa y swahili. También en árabe, gracias a la radio internacional Monte Carlo Doualiya.

“Por supuesto, es digno de resaltar también nuestro popular canal de audio con las mejores músicas francesas, francófonas y del resto del planeta que se escuchan en París”, agrega.

En relación a la actualidad de RFI en América Latina, el ejecutivo del grupo francés subraya el respeto ganado por

la oferta de información internacional. “Radio France Internationale (RFI) sigue marcando pauta entre las principales radios internacionales del mundo por su rápida adaptación a los vectores de difusión que ahora se abren a la radio, y a los hábitos de consumo de los medios audiovisuales que se van generando en las audiencias más jóvenes. Las noticias internacionales interesan cada vez más porque el mundo globalizado se ha vuelto más pequeño, y todo el mundo quiere tener claves para entender mejor la compleja actualidad internacional. Nuestro éxito con Cablevisión y Flow en Argentina y Uruguay, son buenos ejemplos en el Cono Sur. Gracias a nuestros acuerdos con operadores líderes de paquetes por cable, IP, OTT y satélite DTH, RFI llega ya actualmente a unos 30 millones de suscriptores en todo continente americano, desde Canadá hasta el Cono Sur, pasando por el Caribe y Brasil”.



Made for minds.

El cambio climático

El programa Global 3000 le presenta las consecuencias de la globalización y el cambio climático.

Cada semana por DW Español

VISÍTENOS
EN JORNADAS
STAND N.º 25

Nuevos contenidos y una plataforma digital entre las novedades de RTVE

TVE Internacional y Star HD estrenan los últimos éxitos de la TV de España. Presentación de PlayZ en la región

RTVE es una de las compañías que ha acompañado históricamente a la televisión por cable argentina y a su evento emblemático. Inicialmente, en los inicios de los noventa, con TVE, su canal bandera, y luego con una cartera que fue creciendo en volumen y en variedad.

Naturalmente, como protagonista infaltable de la expoconferencia argentina, el grupo español estará entre los expositores más prestigiosos de esta 28ª edición de las Jornadas Internacionales.

En la actualidad, el portafolio de canales de RTVE en el continente americano está integrado por TVE internacional, el canal generalista basado en la principal cadena de TV abierta pública de España; 24 Horas, el canal de noticias que cubre tanto la información de España como la internacional; Star HD, la señal dedicada a ofrecer la mejor ficción española; Clan, dirigido a los más pequeños de la casa, principalmente los de edad preescolar; y el último en sumarse al catálogo, Playz, una nueva plataforma digital, dirigida principalmente a los jóvenes de la Generación Z, con contenidos fundamentalmente interactivos. María Jesús Pérez, en su condición de directora comercial internacional de RTVE, es quien lidera los esfuerzos de distribución a nivel mundial de los canales de TV paga y de los contenidos de la corporación pública española.

"RTVE tiene una fuerte presencia en todos los países de la región. En los últimos años hizo grandes esfuerzos para ampliar su portafolio de canales, con el objetivo de dar respuesta a la gran demanda que existe en la región de producción audiovisual española de calidad. En todas las regiones de Latinoamérica existe una gran demanda por los contenidos audiovisuales procedentes de España. No obstante, existen diferentes públicos con necesidades diversas, los niños, los jóvenes, los adultos. Eso es lo que nos ha movido a intentar diversificar nuestra oferta al máximo," le expone la ejecutiva a Revista ATV.

Como lo hace cada año, el grupo llega a Jornadas con varias novedades. En esta ocasión sobresalen contenidos de producción propia que ya han recogido el éxito en sus estrenos absolutos en la TV abierta española, y la nueva plataforma digital. Pérez adelanta en detalle lo nuevo que se develará en la expo.

"Este ejercicio 2018 ha estado plagado de novedades y de grandes éxitos en RTVE. En cuanto



María Jesús Pérez

a contenidos, presentaremos en América Latina las últimas producciones de ficción, que han conseguido gran éxito entre la audiencia en España: 'Fugitiva', un thriller que se desarrolla entre México y España; 'Traición', que presenta las complicadas relaciones de una familia dueña de un bufete de abogados; 'La Otra Mirada', que nos muestra un centro de enseñanza aferrado a las tradiciones propias de una capital de provincia de los años 20; 'El Continental', una serie en la que predominan el amor

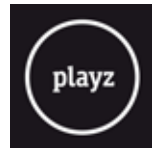
y la acción, y que narra la historia de una mujer adelantada a su época, que intenta sobrevivir en la España de los años 20 formando su propia banda ; y 'Sabuesos', una comedia familiar. Además, presentaremos también la 2ª temporada de 'Estoy Vivo', la serie revelación de la temporada pasada.

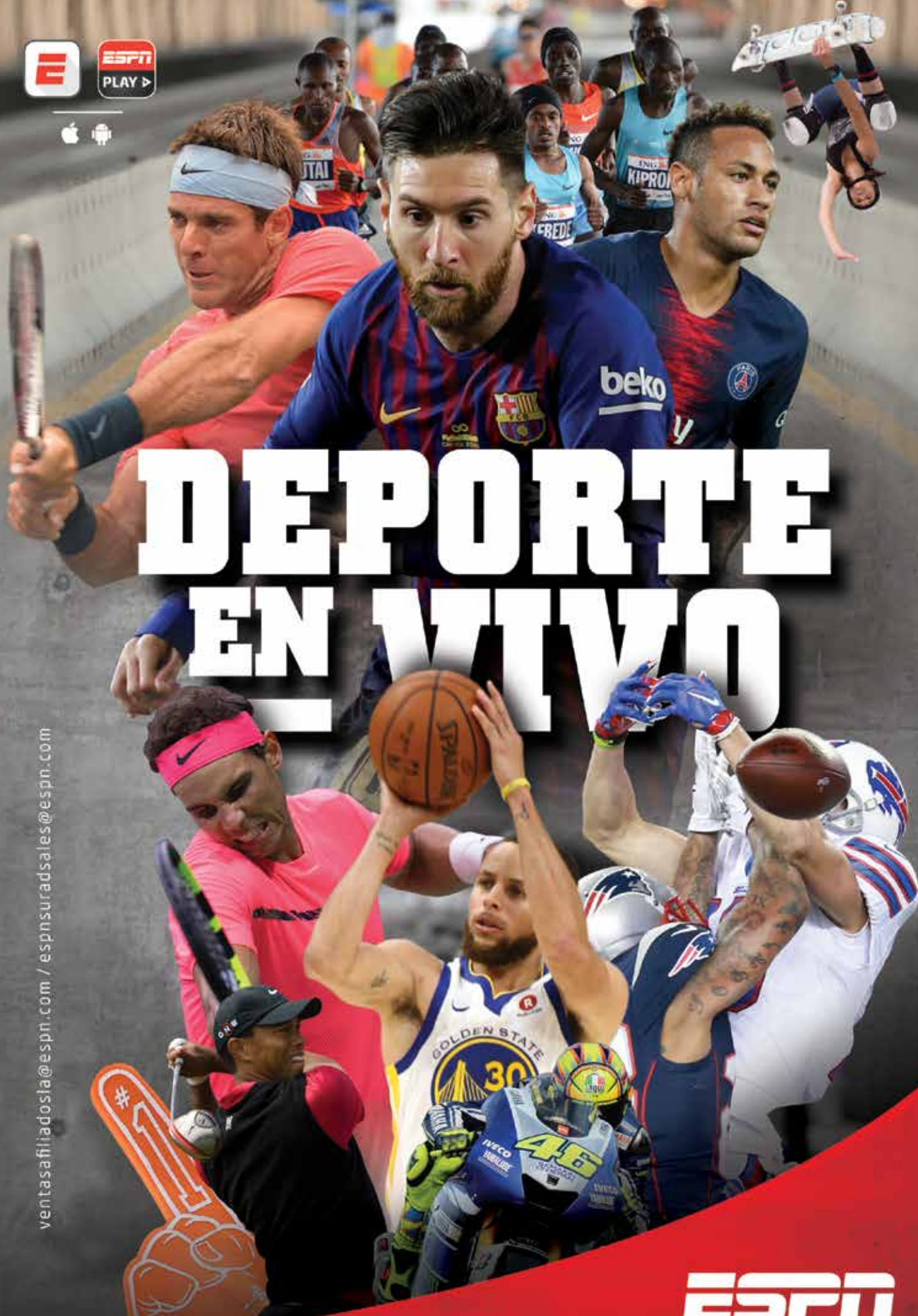
Vale destacar especialmente la recuperación de 'Operación Triunfo', el gran talent show musical que fue todo un fenómeno social en las temporadas 2001-2004 en TVE, y que en esta nueva edición en 2017 ha conseguido una media de 2,5 millones de espectadores y llegó a los cuatro millones en su gala final. En otoño de este año 2018, TVE tiene previsto emitir la segunda edición de esta nueva etapa.

Otra novedad es Playz, un nuevo espacio de contenidos digitales en abierto pensado específicamente para los jóvenes de la generación Z, en el que podrán ver webseries pensadas para ser consumidas por este público a través de la web: 'Si Fueras tú', 'Mambo', 'Inhibidos', 'Dorien', 'Colegas', 'El punto frío', o 'Limbo', una coproducción con Argentina (RTVE, Aquí y Allí Films y Cruz del Sur cine)."

La más reciente novedad en canales lineales fue Clan. RTVE apostó fuerte en la difusión de la señal. ¿Qué resultado han tenido los esfuerzos del grupo?

Según Pérez, *"desde su lanzamiento en junio de 2017 en Colombia a través de Movistar, Clan ha gozado de una excelente acogida. Es un canal en el que hemos puesto el máximo cuidado en la selección de los contenidos. Todos estos esfuerzos están dando ya sus frutos, y actualmente ya tiene presencia en muchos países de Latinoamérica: tales como México, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Perú, Honduras, Chile, Argentina, Ecuador y muy pronto Puerto Rico."*





DEPORTE EN VIVO

ventasafiliadosla@espn.com / espnsuradsales@espn.com

ESPN

El líder del deporte argentino cumple 24 años en la TV paga

TyC Sports

Septiembre y las Jornadas Internacionales son el mes y el ámbito ideal para celebrar aniversario y logros de la señal deportiva.

Allá por el 3 de septiembre de 1994, TyC Sports se convirtió en la primer señal de deportes de la TV paga de Argentina. Desde entonces, lidera ininterrumpidamente el segmento deportivo, convirtiéndose en un referente de la industria del entretenimiento y situándose a la vanguardia del desarrollo tecnológico y de las nuevas tendencias del mercado. La plataforma multipantalla TyC Sports Play, TyCSports.com, la app móvil y TyC Sports E (división de Deportes Electrónicos y Gaming), son algunos de los ejemplos de ese liderazgo, impregnado en el ADN del canal.

Con una trayectoria de 24 años, la marca deportiva se ubica entre los tres canales de mayor rating de la TV por suscripción de Argentina. De acuerdo a las mediciones de Kantar Ibope Argentina, en los últimos tres meses TyC Sports no solo fue la señal deportiva de mayor rating sino que se ubicó entre los tres canales de TV paga de mayor audiencia del país con promedios de 1.48 de lunes a domingo de 12 a 24, 1.33 de lunes a domingo

de 7 a 24 horas y 1.02 de lunes a domingo 24hs.

Para celebrar su nuevo aniversario, TyC Sports tendrá en pantalla los eventos más importantes del mes, como los amistosos de la Selección Argentina de Fútbol ante Guatemala y Colombia, los 16avos de final de la Copa Argentina, las Eliminatorias del Mundial de Básquet China 2019 que disputará la Selección Nacional ante México y Puerto Rico, el trascendental partido por el ascenso al Grupo Mundial de Copa Davis entre Argentina y Colombia y la pelea eliminatoria por el título mundial welter entre el catamarqueño Cesar Barrionuevo y el cubano Yordenis Ugas, entre otros.

Además, a través de "Rumbo a Buenos Aires", comienza a palpar la transmisión que TyC Sports realizará de los "Juegos Olímpicos de la Juventud", que tendrá lugar en Buenos Aires en este octubre.

Paralelamente, la señal deportiva sigue ofreciendo una variada programación en vivo y de producción propia con las transmisiones regulares

del Torneo Nacional B de Fútbol, la Primera B Metropolitana, a, la Liga Argentina de Vóley, el Súper 20 de la Liga Nacional de Básquet más la adrenalina del Súper TC 2000, TC 2000 y Top Race, con 18 horas en vivo por día de manera ininterrumpida para ser una de las señales que más horas de producción en vivo realiza de la TV argentina en su conjunto.



La Mejor TV, la nueva señal de MVS



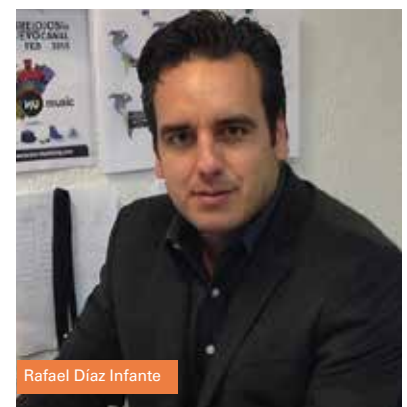
El canal 24/7 de música grupera de México acaba de ser lanzado en toda América Latina.

MVS Televisión, la empresa mexicana que produce, representa y comercializa señales para TV de paga, agrega un nuevo canal a su portafolio. Se trata de La Mejor TV, una señal de música grupera recientemente lanzada para toda Latinoamérica.

La Mejor TV es la extensión audiovisual de la marca La Mejor FM, una de las cadenas radiales con mayor pro-

yección en México. MVS aprovecha en este caso la experiencia con la audiencia captada por las canciones más populares en los géneros de Banda, Norteño y Ranchero.

"Pondremos a bailar a toda Latinoamérica al ritmo de la Banda, Norteño y Ranchero." Hoy, la música grupera ha conquistado nuevos territorios, podemos ver diferentes agrupaciones y artistas con grandes conciertos en distintos países de Latinoamérica con llenos totales y éxitos rotundos," señaló Rafael Díaz Infante Coutigno, International Marketing Manager de MVS televisión.



Rafael Díaz Infante



UN MUNDO MÁS GRANDE



UN MUNDO MÁS ASOMBROSO



Smithsonian CHANNEL  UN MUNDO MÁS BRILLANTE

HISTORIA NATURALEZA CIENCIA AIRE Y ESPACIO CULTURA POPULAR

Programas factuales galardonados provenientes de uno de los nombres más célebres del mundo, disponible en HD y 4K UltraHD.

Para más información, contactar a: Castalia Communications Corp.
Miguel Torres-Bohl, VP Sales & Marketing - Latin America
miguel@castaliacommunications.com

Oficinas en México y Perú

“Búsqueda Implacable”, serie prime time exclusiva de DHE en América Latina

La apuesta por producciones de gran calidad sostiene el crecimiento de la señal en la región.

El canal por suscripción DHE, perteneciente a DHE Group, dedicado 24/7 a películas y series para Latinoamérica dobladas al español, sin cortes comerciales, estrenó este 20 de septiembre la serie “Búsqueda Implacable”, en horario prime time. Basada en la película homónima, también conocida como “Taken”, “Búsqueda Implacable” es una producción de acción y suspenso que se centra en la vida de Brian Mills, quien tras salvar un tren de pasajeros de un ataque terrorista, es reclutado por la CIA para misiones de alto

riesgo. De ahí en más se dedicará a proteger vidas inocentes y combatir criminales internacionales, todo esto mientras lucha con los demonios de su pasado. DHE tiene la exclusividad de esta gran serie en Latinoamérica, la cual no se transmitirá por otro medio en la región. La producción cuenta con un reparto reconocido a nivel internacional, encabezado por Clive Standen (Vikingos, Robin Hood), Jennifer Beals (The Nighth Shift, Castle), Jessica Camacho (The Flash, Sleppy Hollow), entre muchos otros.



NHK World incrementa sus contenidos



El canal internacional japonés creado para llevar la cultura del país al mundo redobla sus esfuerzos para posicionarse en todo el mundo.



Con una cobertura de más de 300 millones de hogares en 160 países, NHK World TV, la señal internacional en idioma inglés de la corporación japonesa NHK, continúa buscando posicionarse como una marca de renombre en la TV paga mundial. Por ser NHK la única emisora pública de Japón, hay un gran interés por parte del gobierno del país asiático de fortalecer la difusión internacional de su cultura. Urge especialmente porque Tokio será la sede de los Juegos Olímpicos de Verano y los Juegos Paralímpicos en 2020. El acontecimiento motiva, entonces, a ampliar la llegada del canal. En los últimos tiempos, se incorporaron servicios gratuitos de streaming en vivo y de VOD con subtítulos y doblaje multilingüe, incluyendo seis idiomas: español, chino, coreano, thai, vietnamita e indonesio a través de <https://www3.nhk.or.jp/nhkworld/en/vod/multilingual/> y de la

app gratuita. Por otra parte, se viene realizando un proceso significativo de expansión en relación a la cantidad de programas y géneros que ofrece la señal. Actualmente existen 64 programas en 14 géneros. En cuanto al mundo de habla hispana en particular, hace unos tres años la señal asiática incorporó la opción del subtítulo en español en su programación. Inicialmente fueron sólo 16 programas que se emitían durante la semana, y hoy en día ya son 36 los programas que se ofrecen con subtítulos en español incluyendo los fines de semana. “La lista de programas subtítulos apunta a cubrir el interés de la audiencia en todo lo vinculado a Japón y el continente asiático en general e incluye diversas temáticas; tales como, viajes, documentales, comida tradicional, cultura -la tradicional y también la pop-, arte & diseño y música”, manifestó la responsa-

ble de la distribución del canal en América Latina, Miyuki Nomura. Una muestra del creciente interés en el territorio es la cantidad de programas llevados al español que suma periódicamente NHK World TV. Entre las últimas novedades sobresalen “TokyoEye”, que muestra las últimas tendencias, los eventos y las atracciones de la capital japonesa y los lugares de interés que aquel que la visita por primera vez no se puede perder; “Journeys in Japan”, que viaja por todo el país explorando la cultura local y su gente, ofreciéndole al espectador tips que raramente encontrar en las guías de viaje; y “Seasoning the Seasons”, que visita diversos lugares a lo largo y ancho de Japón para introducirnos a los atractivos de la vida diaria y los festivales locales de cada uno de estos lugares.





**SUMITOMO
ELECTRIC**

GAMA COMPLETA DE CABLES ÓPTICOS

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

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

CABLES Y ACCESORIOS PARA FTTH

CABLES DE DROP ÓPTICO DE EXTERIOR Y LOW FRICTION

CONECTORES ÓPTICOS DE MONTAJE EN CAMPO

CAJAS ESTANCAS DE DISTRIBUCIÓN ÓPTICA TIPO DOMO
PARA SPLITTEO Y EMPALMES

CAJAS TERMINALES CONECTORIZADAS PARA FTTH

—
| STOCK PERMANENTE |

BCD[®]

Innovación
& Tecnología

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

HTTP://
BCD.COM.AR

Éxito en evento paraguayo y expectativas en encuentro chileno

El Grupo Isos marca otro récord de convocatoria en la expoconferencia Asunción Media Show, de agosto pasado, mientras alista Chile Media & Content, a realizarse en noviembre próximo.



Asunción Media Show 2018

Organizado por el Grupo Isos, la expo-convención "Asunción Media Show" reunió una vez más a los principales actores de la industria de los medios y las telecomunicaciones tanto local como regional para discutir los desafíos y oportunidades del mercado de Paraguay, y del resto de la región. La cita tuvo lugar el 22 y 23 de Agosto pasados en el Hotel Sheraton de la capital paraguaya.

En la feria comercial, estuvieron marcas como Fox, Turner, Discovery, Tigo Sports, TyC Sports, ESPN & Disney, ABC TV, Net-K, Alfacom, Network Broadcast, Bold, EWTN, Red Multicable, ProxTV (que por primera vez dice presente con sus señales Cronica TV, El Canal de la

Música y Garage TV) y Copaco; y fueron alrededor de 370 los participantes que a lo largo de dos jornadas disertaron sobre los temas más relevantes que afectan a industria. Tal como era de esperarse, los ejes centrales de la mayoría de las charlas y paneles fueron la evolución de las telecomunicaciones hacia lo digital, la convergencia y la necesidad de marco regulatorio justo para todos los sectores. Asimismo hubo espacio para los Screenshots, donde los programadores tienen la oportunidad de mostrar sus novedades a modo de "mini upfront"; los workshops técnicos y para una pequeña pero nutrida exposición comercial.

Otro de los temas destacados de Asunción Media Show fue la situación del sector de los cableoperadores. "Nosotros tenemos esperanza de que las nuevas autoridades, Conatel, Sedeco y otros, tomen en serio su responsabilidad, para establecer igualdad de oportunidades en el mercado del sector. Están todas las herramientas; es cuestión de que haya voluntad política", señaló el

presidente de la Cámara de operadores del Paraguay (CCP), Ignacio Viveros.

Chile Media & Content 2018

El 28 y 29 de noviembre próximos se celebrará la 14ª edición "Chile Media & Content" (antes "Chile Media Show"), el evento organizado por el Grupo Isos que propone un espacio de encuentro para las empresas, instituciones y agencias gubernamentales tanto del país transandino, como del resto de la región. Una vez más el Hotel Intercontinental de Santiago será la sede de esta feria que se ha vuelto la de mayor relevancia para Grupo Isos, dado el alto número de asistencia y ejecutivos de renombre en un mercado de vanguardia. Tal como todos los años, se pondrá a disposición de los asistentes una amplia gama de charlas y debates sobre los temas más candentes de la industria; tales como las nuevas formas de consumir contenido, la competitividad de la TV paga frente a la creciente oferta de OTT's y el flagelo de la piratería, así como una exposición comercial.

ASUNCIÓN MEDIA SHOW
summit

PROGRAMACION

La renovación de Cinecanal



En la primera semana de septiembre, Cinecanal, la señal de cine de Hollywood de FOX Networks Group Latin America (FNG), renovó su look & feel en la región. El cambio incluye un nuevo paquete gráfico, logo y franquicias con personalidades distintivas.

Con una propuesta visual actual que toma elementos gráficos del cine que aportan modernidad y sofisticación, la nueva pantalla de Cinecanal vino con un cambio de tonalidad "mucho más fresca y actual", reflejada tanto en el flamante paquete gráfico, como en el

tono de la locución. Asimismo, los televidentes tienen la posibilidad de acceder a las películas en una versión predeterminada en español u optar por la opción SAP ("Second Audio Program") y verla en idioma original con subtítulos.

Por otra parte, las franquicias del fin de semana cuentan con su propia personalidad acompañada cada una por distintos paquetes gráficos. A la ya instalada "Gran Premiere" de los domingos que presenta los estrenos más destacados, se le suma la franquicia "Cinema-

nía"; con las películas que lograron ser fenómenos de taquilla en Hollywood.

"Desde su lanzamiento en Latinoamérica, hace veinticinco años, Cinecanal ofrece una amplia y atractiva propuesta con los mejores filmes estreno de los más grandes estudios de Hollywood. El nuevo Cinecanal ofrece una propuesta visual y de contenido a la altura de aquello que los fans buscan: vivir la experiencia del mejor cine en la comodidad de su hogar", manifestó Gonzalo Fiure, Vicepresidente ejecutivo de Entretenimiento de FNG.



Antena 3



A3S
ATRESERIES



¡HOLA! TV



A3CINE



LA TELEVISIÓN QUE NOS UNE

ATRESMEDIA
INTERNACIONAL



www.atresmediainternacional.com

Golpe a la piratería en Perú

FOX Networks Group logró que la autoridad nacional de defensa de los derechos de autor dicte una medida cautelar contra el sitio "Roja Directa"



En su constante lucha contra la piratería de contenidos y la defensa de la propiedad intelectual en la región, durante la primera semana de Septiembre FOX Networks Group Latin America (FNG) celebró una importante victoria a partir de una solicitud presentada en Perú por el Grupo, la autoridad administrativa peruana de defensa de la Propiedad Intelectual, a través de su Comisión de Derecho de Autor (INDECOPI), dictó una medida cautelar de bloqueo del acceso en territorio peruano al sitio de retransmisión ilegal de contenidos deportivos "Roja Directa" al comprobar que este sitio web pone a disposición de los usuarios de Internet enlaces ajenos, dándoles vía streaming a emisiones que incluyen contenidos de FOX Sports Latin America, titular de los derechos de transmisión exclusiva de contenidos deportivos tales como la

Copa CONMEBOL Libertadores Bridgestone, Copa CONMEBOL Sudamericana, Fórmula 1, WWE, entre otros. Este gran paso de FOX Networks Group en Perú, se suma a una resolución similar obtenida hace pocos meses en Uruguay, donde en un fallo sin precedentes la justicia local dictaminó el bloqueo por parte de todas las empresas proveedoras de Internet del sitio ilegal "Roja Directa". Según un informe de JP Partners, Perú pierde anualmente más de US\$75 MM por piratería relacionada a la industria de la TV paga y cinematográfica, de los cuales más de US\$36 MM corresponden a contenidos deportivos. FNG trabaja con dedicación para tomar todas las acciones necesarias en pos de proteger sus productos de la piratería y el uso ilegal de estos derechos. "Estamos muy conformes con la

resolución de INDECOPI, la que ya fue notificada a los principales proveedores de servicios de Internet para que implementen el bloqueo a la brevedad", declaró Daniel Steinmetz, Chief Anti-Piracy Officer de FNG Latin America, quien agregó: "Desde hace más de diez años, FNG Latin America trabaja en forma constante contra el flagelo de la piratería impulsando una política de tolerancia cero hacia aquellos que utilizan o retransmiten contenidos sin autorización. Vemos esta resolución como un mensaje claro de oposición a la ilegalidad y de apoyo a los esfuerzos de las empresas que sí cumplen y respetan los derechos de autor y los derechos de los titulares de las obras y producciones que utilizan, así como de las emisiones que forman parte del servicio que brindan".



Una versión diferente de los viajes



"48hs en..." producción original de Turner Latin America, es una de las nuevas cartas para sus dos señales.

Turner Latin America ha confirmado la llegada del programa de producción original "48hs en..." con el que busca desterrar el mito que para viajar se necesita mucho tiempo: dos días serán suficientes para conocer y aprovechar una ciudad al máximo. Con la conducción de su talento exclusivo Iván de Pineda, el programa le propone al espectador la opción de conocer distintas ciudades del mundo de una forma diferente, "48hs en..." será emitido por TNT y TNT Series y apunta a mostrar cómo llevarse la verdadera esencia de una ciudad, sin perderse de nada. Con un reloj sobrepuesto en pantalla



Iván de Pineda

mostrará el transcurso de estas 48hs. Será un recorrido con mucho de vivencial, que a modo de reality no sólo revelará los secretos y tips necesarios para aprovechar el tiempo y el dinero de la mejor manera, sino que también se propone incluir el detrás de la escena de cada viaje. Iván de Pineda es un conductor muy querido y respetado en Argentina. Su nombre es sinónimo de viajes y

conocimiento, tras llevar adelante la conducción de un reconocido programa de viajes durante más de 10 años en la televisión local. Su incansable curiosidad y miles de millas en su haber, lo han convertido en referente indiscutible del turismo a nivel mundial. Además, su gran manejo de idiomas como el inglés, francés, italiano y portugués, le permite tener una interacción espontánea con las personas que entrevista en cada destino que recorre. Actualmente, tiene a cargo la conducción de la versión argentina de "Pasapalabra", un programa producido íntegramente por Turner Latin America, que se emite de lunes a viernes a las 18.30 (ARG) por El Trece y que recientemente se consagró en los premios FundTV con el galardón de Oro, reconocimiento que se suma también al obtenido en 2017 en los Premios Tato como mejor programa de entretenimiento.



Contenido Online.

Cuando quieras, donde quieras.

TV ONLINE MÁS DE 40 SEÑALES + ACCESO PLATAFORMAS PLAY

Descargá la APP en **cualquier dispositivo** y
regístrate ingresando en **espacio.gigared.com.ar**



SERVICIO EXCLUSIVO PARA CLIENTES

Gigared

BANDNEWS ES EL PRIMER CANAL BRASILEIRO CON 24 HS DE COBERTURA EN TIEMPO REAL.



Canal Livre

Entrevistas con personalidades, jefes de estado, líderes de la política y especialistas en economía, empresariales, cultura, deportes y ciencia. Un momento para análisis y reflexión.



Ponto a ponto

La periodista Monica Bergamo y el Licenciado en Ciencias políticas Antonio Lavareda reciben invitados para discutir los temas políticos y del sector público en la actualidad.

LA IMAGEN DE BRASIL



Superpoderosas

Un programa que conecta Televisión e Internet con soluciones para simplificar la vida de las mujeres. Estimula el autoconocimiento, la autoestima y la mentalidad emprendedora.



Melhor da Tarde

Bien estar, cocina, noticias del mundo del espectáculo, astrologías, consejos de limpieza, organización de la casa y hágalo usted mismo. No seguimos una rutina, todos los días una tarde diferente.

COMERCIALIZACIÓN

Marcelo Assumpção
+55 11 3061-0884
marcelo@interactivbrasil.com

Argentina, Uruguay, Paraguay y Chile

Sabrina Capurro
+54 11 4774-5127
sabrina.capurro@sgdgroup.com



LAS VOCES DEL MUNDO

En español y otros 13 idiomas



PROGRAMAS DE AUDIO 24/7:

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

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

americas@rfi.fr



CMP 100

PLATAFORMA DIGITAL PARA ISDB-T

NUEVO PRODUCTO



- 16 módulos diferentes
- Fuentes redundante
- Modulador ISDB-T / DVB-C
- Entradas HDMI y AV
- Recepción Satelital DVB-S2
- Redundancia N+1 en entradas
- Redundancia 1+1 en salidas
- 4U Rack de alta densidad
- Extremado bajo costo
- Evita el uso de STB en ISDB-T

Tenemos soluciones llave en mano para estudios de TV, Productoras y Cabezales Digitales consútenos.



Principales Marcas que Comercializamos

Sencore

SONY

Blackmagicdesign



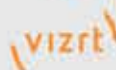
Tektronix

3Way

RIEDEL

LINE RASTIC

Quantum



aws elemental

ADVANTECH

azciñema

azclíc!

azmundo

azcorazón

Flix Snip

FASHION|one

FASHION ONE 4K
FASHION STARTS HERE

Rai Italia

MÓRBIDO TV

mezzo liveHD

TV CHILE



KANAL D
DRAMA

BAND
INTERNACIONAL

BAND
NEWS

24h
tve

tve

star
tve HD

clan

TRACE
SPORT+STARS

VIVID

PX TV

NTN24
.COM

NuestraTele

Novelas

FIBA
AMERICAS

sabrina.capurro@sgdgroup.com



sgdg_srl

5411 - 47745127

TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN DE ARGENTINA HACIA EL MUNDO

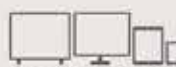





Desde la redacción más grande de América Latina generamos contenidos de ficción, información y entretenimiento de la más alta calidad para cada pantalla.



Departamento Venta Señales 5411 4370 1395 | 5411 4339 1541


Contenidos que conectan

 @ArtearMarketing

artear
www.artear.com

Lo mejor de History, Lifetime y A&E



Documentales, miniseries y biografías de gran valor se estrenan en las tres señales de A+E Networks Latin America



History

"Terremoto en tiempo real", un especial de producción original que, al cumplirse un año del terrible sismo que padeció el pueblo mexicano, recopila las imágenes capturadas por testigos, sobrevivientes y rescatistas.

El sismo de 7,1 tuvo epicentro en Chiautla, Puebla, y coincidió con el aniversario 32 del devastador terremoto del 19 de septiembre 1985 que derrumbó cientos de edificios y mató a miles de personas. El terremoto dejó un saldo de más de 300 víctimas fatales, 7 mil heridos y cientos de edificios caídos. "Este especial producido por HISTORY recopila con cámaras hasta celulares impactantes imágenes de la destrucción provocada por el terremoto en México, pero a la vez hemos recopilado en formatos cortos los valiosos testimonios de sobrevivientes y rescatistas, cuyas narraciones son tan conmovedoras como las imágenes de la tragedia," dijo Miguel Brailovsky, VP Senior de Producción y Programación A+E Networks Latin America.



Lifetime

"Los Kennedys: después de Camelot", una miniserie basada en el best seller de J. Randy Taraborrelli "After Camelot: Personal History of The Kennedy Family – 1968 to the present" que ofrece una mirada única y fascinante de Los Kennedy, enfocada en las vidas de Jackie y Ted, luego de la muerte de los hermanos John F. Kennedy y Robert F. Kennedy.

La miniserie cuenta con las actuaciones de Katie Holmes (Batman Begins, Dawson's Creek) como Jacqueline Bouvier Kennedy Onassis, y Matthew Perry (Friends) quien interpreta al senador Ted Kennedy, hermano de John y de Robert.



A&E

"El secuestro de Elizabeth Smart" y "Elizabeth Smart responde". El primero es autobiográfico y cuenta la historia de Elizabeth, que en 2002 cuando solo tenía 14 años de edad, fue secuestrada y abusada durante 9 meses por un falso profeta. Hoy, junto a su familia y miembros de las fuerzas policiales que ayudaron a rescatarla, revive esa oscura etapa de su vida.

En tanto que en "Elizabeth Smart responde", la protagonista responde a las preguntas de los televidentes acerca de su secuestro cuando tenía 14 años y revela nuevos detalles sobre sus 9 meses en cautiverio. Además, el Dr. Drew Pinsky debate sobre los métodos mediante los cuales sobrevivió a esa horrible situación



En octubre, segunda temporada de "Un gallo para Esculapio"

Tras un primer año de notable éxito, retorna la miniserie a la TV paga, en TNT para América Latina y vía Cablevisión Flow para Argentina.

La segunda temporada de la exitosa miniserie argentina producida por Underground, TNT y Cablevisión junto a Boga Bogagna; escrita y dirigida por Bruno Stagnaro y protagonizada por Peter Lanzani y Luis Luque, será emitida en TV paga exclusivamente por la pantalla de TNT y la plataforma de Cablevisión Flow a partir de octubre. "Un gallo para esculapio 2" fue filma-

da en 60 locaciones diferentes y tal como en su primera edición cuenta nuevamente con un elenco de renombre, al cual se suman nuevas figuras, entre ellas, Juan Leyrado.

La primera temporada, ganadora del concurso de apoyo a las ficciones impulsado por el INCAA de Argentina, fue grabada durante 4 meses en 85 locaciones reales y contó con más de 500 extras. Fue un éxito de audiencia y estuvo aclamada por la crítica, obteniendo 11 galardones (incluyendo el rubro Mejor programa) en los Premios Tato de la Cámara Argentina de Productoras Independientes de Televisión (CAPIT); 3 nominaciones en los Premios Platino del Cine Iberoamericano

(Mejor miniserie/ Mejor interpretación masculina); el Martín Fierro de oro y 6 galardones en los principales rubros de dicho premio, incluyendo Mejor Ficción/ Unitario, Actor protagónico, Autor y Director.





AADI CAPIF
Intérpretes y Productores Fonográficos

LA MÚSICA NOS UNE

AADI CAPIF ACR

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

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

Qvix Media Solutions, integradora de soluciones propias y de terceros



Mariano Surghy

Jornadas Internacionales concentrará una variada oferta tecnológica en el piso dedicado a la muestra comercial. Entre ellas destaca Qvix Media Solutions, la empresa de servicios de tecnología dedicada a soluciones de video digital, over-the-top streaming y televisión IP.

Con oficinas en Argentina y Canadá, además de un partnership en Colombia, la compañía que se presenta como "una integradora de soluciones propias y de terceros", con casi 10 años de experiencia en la industria, provee asesoramiento técnico y estratégico en cualquiera de las etapas de proyectos de video digital, desde el diseño a la integración de servicios,

además de outsourcing y operación total para rápidamente desarrollar servicios basados en video IP.

Entre las novedades que estarán presentando.

Nebula Video Platform, que le permite al cableoperador abrir sus servicios ya no sólo al televisor, sino también a la computadora, tablets y smartphones. Todo lo que ofrece la compañía se podrá consumir desde cualquier dispositivo y desde cualquier lugar.

Esta plataforma puede implementarse en dos versiones. Una de ellas es para segundas pantallas, que permite consumir contenidos desde un dispositivo móvil, como un smartphone o una tablet, como un complemento al servicio tradicional. La otra versión es de primera pantalla. Es una evolución del servicio tradicional de Tv, y se hace a través de un Set Top Box.

En Argentina y Colombia

En Argentina, la empresa sigue implementando soluciones de Distribución de Video, a través de redes IP.

"Usamos la Internet para transmitir señales en calidad HD, con lo cual reemplazamos a las transmisiones vía satélite que son muy costosas. Nuestras soluciones están basadas en software con tecnología Cloud, lo que nos hace flexibles a modificaciones, integraciones y adición rápida de nue-



vas tendencias tecnológicas", apuntan los técnicos de la compañía.

En Colombia se lanzó SiriusTv+, en un joint venture con compañías locales. Se trata de una solución de OTT, en un modelo B2B cuyos clientes son cableoperadores e Internet Services Providers. SiriusTv+ brinda una grilla de más de 60 canales nacionales, regionales e internacionales.

"Esta solución cuenta con un Head End Virtual, lo que permite replicar rápidamente un nuevo cliente y de manera muy económica ya que no hay costos de hardware para encoding de señales por cada nueva implementación. Esto ha permitido que muchos cableoperadores extiendan sus servicios y que ISP se conviertan en proveedores de cable", aseguran en Qvix.

En Argentina, la empresa ya trabajando con un asociado de gran relevancia, para realizar una solución similar B2B a SiriusTv+. *"En este momento estamos implementando nuestro propio Head End, y en breve saldremos a comercializarlo a todo el país",* adelantaron sus ejecutivos.

Network Broadcast preparado para la televisión de hoy



Con 30 años de trayectoria y más de 150 operadores digitalizados en Latinoamérica, Network Broadcast continúa buscando acomodarse a la demanda de los clientes. Además de proveer equipamiento, la empresa ofrece servicios integrales para la digitalización de Cable, Satélite, UHF, OTT e IPTV, interactividad y sistemas cloud.

Entre su oferta destaca la novedosa plataforma de servicios de TV interactiva abierta y flexible que se adecua a cualquier tipo de operación y a una amplia variedad de terminales del cliente. Además, es una plataforma

que está unificada para todos los servicios ofreciendo soporte IPTV/OTT/DVB y para STB's basados en Android. También está unificada la experiencia de usuario en todos los dispositivos (multipantalla), ofreciendo el mismo look and feel en STB's, celulares y tablets.

"Network Broadcast genera que ese middleware funcione dentro de un engranaje que se compone por el CAS, el DRM, el sistema de TV actual (digital, OTT, IPTV) y que sea compatible con los boxes o los equipamientos del usuario. Al ser una solución escalable, presenta un CAPEX muy bajo y

un OPEX a la CARTA, ya que el precio es el resultado de las funcionalidades que elija", explican en la compañía.

El nuevo sistema, según los técnicos de la empresa, le permitirá al cliente ofrecer nuevas experiencias de contenido digital a sus abonados, para que ellos elijan qué, cuándo y dónde ver, adecuándose así a los nuevos hábitos de los usuarios de televisión, priorizando el consumo de contenido de su preferencia. Ya no consumen lo que se les brinda, en un único formato, sino que desean acceder a los mismos desde distintas plataformas, en diferentes lugares y horarios.



elnueve

TELEARTE S.A. | LS83 | Bs.As. Argentina | Dorrego 1782 | +54(11) 3220 9999 | C1414CHZ |
Ventas Afiliadas: María Domínguez | maria.dominguez@canal9.com.ar | +54(11) 4778 7556

Soluciones de bajo costo

Entre las principales novedades de Viditec, relucen nuevas tecnologías HDR sobre 4K y una nueva plataforma digital modular.



Viditec, estará presentando nuevas tecnologías HDR sobre 4K y una nueva solución para la creciente necesidad del mercado en modulación y procesamiento de señales de video en alta definición para distribuir sobre redes digitales de fibra o análogas.

Para tal fin, la compañía argentina se apoya en empresas de la envergadura de Wellav-Sencore, Blackmagic Design

y Sony Broadcast entre las más de 50 que componen su portfolio tecnológico. Entre los atractivos y novedades a presentarse este año, Viditec destaca la nueva plataforma digital modular de extremo bajo costo CMP-100 de Wellav-Sencore que le permitirá al cableoperador obtener una grilla ISDBT de alto rendimiento con muy poca inversión evitando el uso de cajas deco-

dificadoras.

Sony mostrará sus cámaras 4K de última generación y bajo costo, mientras que Blackmagic seguirá ganado adeptos en materia 4K.

“Sin duda la visita al stand de Viditec no es una opción; es una necesidad imperiosa para estar al día con la tendencia mundial”, destacan en la empresa.

Hincapié en redes de fibra óptica y redes FTTH con tecnología EPON y GPON



Wiretech, la empresa argentina de cables coaxiales -y toda la cadena: fabricación, venta y distribución de equipamiento para redes de banda ancha, Internet y telefonía en redes de fibra óptica y sus periféricos, redes GPON e instrumental para coaxil y fibra óptica- está presente una vez más en Jornadas Internacionales.

Ese protagonismo en la expoconvención se corresponde con las expectativas que continúa teniendo la compañía en el negocio de la TV por cable. *“La Argentina es un mercado en constante*

desarrollo y en la actualidad se están dando dos aspectos importantes; uno es la digitalización de las señales de televisión en la necesidad de mejorar la calidad de la señal y poder brindar servicios de HD. Y el otro no menos importante la gran necesidad de aumentar el ancho de banda en la distribución de Internet. Estamos en una época de constante cambio tecnológico, que obligan al cableoperador a estar continuamente informado y modificando sus servicios para mejorar la calidad de los mismos, para darle al cliente la

mejor calidad de prestación”, destacó el ingeniero Carlos Romo, Gerente Técnico de Wiretech.

¿Cuáles son los aspectos que más atractivos ofrece la TV paga a la empresa en la actualidad? *“Estamos dedicándonos a la tendencia del mercado de redes para alta capacidad de transmisión de datos (Internet), por tal motivo estamos haciendo hincapié en las redes de fibra óptica y las denominadas redes FTTH, es decir fibra directa al hogar empleando las tecnologías EPON y GPON”,* precisa el ejecutivo.



“Unified Headend”, estrella de Ateme

La tecnología permite dar múltiples servicios (HFC /DTH /OTT/IPTV) con una única plataforma.

Ateme, la empresa francesa, especializada en soluciones de compresión y descompresión H.265 /HEVC; MPEG4; MPEG2 para enlaces de contribución, distribución B2B y aplicaciones multi-pantalla (streaming, OTT, VOD), presentará el “unified headend”, una tecnología que permite dar múltiples

servicios (HFC /DTH /OTT/IPTV) con una única plataforma. Por consiguiente posibilita ahorro de costos tanto a nivel de encoding, así como así también en energía, espacio de rack y operación, entre otros. Por otra parte, “unified headend” además de ser una tecnología agnóstica al hardware permite que el cableoperador pueda tener muy rápidamente y a un bajo costo una plataforma OTT y/o una IPTV. En relación al mercado argentino, Juan Manuel Altamirano, Director de Ventas LATAM South señaló *“Es muy dinámico y de crecimiento con-*

tinuo. Mas allá de los problemas políticos-económicos que puedan afectar a un período, los cableoperadores continuamente están buscando las mejores tecnologías para dar un mejor servicio al cliente. Actualmente el crecimiento está dado en las nuevas plataformas y en el mayor ancho de banda que cableoperadores puedan brindar a sus clientes, justamente en este punto es donde nuestra tecnología de ahorro de ancho de banda permite lograr mejoras sustanciales permitiendo ser mejores y más competitivos”

az TV DE PAGA



az mundo
ES MÍO



EL CANAL QUE TODOS QUIEREN VER



az corazón
LA VIDA QUE SUERAS

HISTORIAS QUE PROVOCAN TODAS LAS EMOCIONES



az clic
CORRECTA TU VIDA



¿CUÁL ES EL PUNTO?



az cineña
INDIVIDUAL

LA NOSTALGIA EN ALTA RESOLUCIÓN

aztvdepaga.com @ / AZ TV DE PAGA

DESCARGA NUESTRA APP "AZ CONTENT"



Primera serie documental de periodismo de investigación



National Geographic presentó el martes 11 de septiembre en América Latina Explorer Investigation (14x30), una nueva producción original que indaga algunas de las problemáticas o conflictos sociales más relevantes y urgentes de la región.

Lo hace a través del recurso del periodismo de investigación y la presentación de historias personales contadas por sus protagonistas.

Con el rigor investigativo de National Geographic y el estilo característico de VICE, cada episodio seguirá a un cronista mientras investiga temas que aquejan y ocupan a líderes y representantes de la sociedad latinoamericana actual.

Entre los temas a explorar se anti-

cipan la lucha por la legalización de la marihuana para usos medicinales en Sudamérica; la violencia contra periodistas en México; la contaminación del agua, como el caso del Riachuelo en Buenos Aires; la preocupante acumulación de plástico en el océano Atlántico, en Chile; el alarmante aumento de asesinatos de líderes sociales en Colombia; el debate por la legalización del aborto en la región; la crisis migratoria causada por las políticas de la administración de Donald Trump y la de los venezolanos que huyen de la situación política y económica en su país; los crímenes de odio contra personas de la comunidad LGBTQIA+ en Brasil y la creciente intolerancia religiosa en este país.

History llega con el proyecto Yawa a Perú

History y el proyecto "Yawa", ganador de "Una idea para cambiar la historia 2017", han otorgado nueve turbinas eólicas que producen agua para el lavado de manos, riego de jardines, y limpieza general en Asentamientos de Villa María del Triunfo, uno de los distritos en Lima, Perú más golpeados por el intenso frío, con niveles altos de humedad durante la temporada de invierno, y un menor acceso al recurso básico del agua, condiciones indispensables para el funcionamiento de las turbinas.

"Para History es muy importante activar cada año el programa Una

Idea en Acción como parte de la iniciativa de responsabilidad social Una Idea Para Cambiar la Historia; History de esta manera busca promover el ingenio de jóvenes latinoamericanos junto con el impacto que tienen los proyectos ganadores, para demostrar su importante contribución para la solución de problemáticas sociales que se viven en una determinada comunidad, generando con ello un cambio positivo y alentador para el desarrollo de muchas personas en América Latina", expresó Eduardo Ruiz, presidente y gerente general de A+E Networks Latin America.





Noobees

MTV unplugged

Stand - up

VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS

LA FUERZA DE NUESTROS CONTENIDOS



Paw Patrol

nick Jr. nicalodeon MTV COMEDY CENTRAL Paramount



The Handmaid's Tale



100 días para enamorarse

Nuevo hito de ESPN en América Latina, ahora en 4K

ESPN agregó otro hito a la historia del nuevo formato de definición, el 4K, en América Latina. El acontecimiento fue el encuentro Los Pumas vs. Springboks, por "The Rugby Championship", disputado en la ciudad de Mendoza. La cadena deportiva iniciará una serie de tres transmisiones locales en vivo producidas en 4K por ESPN a través del Canal 4000 de DirecTV. Esta será la primera producción deportiva argentina en 4K con la transmisión del encuentro directamente desde la ciudad de Mendoza, en la región Cuyo del país sudamericano.

Los tres partidos que Los Pumas jugarán en condición de local en The Rugby Championship tendrán realización en 4K desde Mendoza, Buenos Aires y Salta. Las producciones se realizarán con la nueva OB54 de Mediapro, una de las más avanzadas de Latinoamérica. Esta nueva unidad móvil HD/4K, con los más altos estándares de calidad en tecnología de Ultra Alta Definición, ha

sido diseñada y ensamblada por Mediapro Argentina para uso exclusivo de ESPN en la cobertura de grandes eventos deportivos, "La Unidad cuenta con capacidad para múltiples producciones simultáneas, para diferenciar las distribuciones locales e internacionales, tanto para las versiones 4K como para las HD. Toda la cadena de captura, procesamiento y transporte es 4K, incluyendo cámaras, servidores de grabación, replays, gráfica y encoding, para proporcionar una experiencia completa en la máxima calidad", expresó Diego Ojeda, director de Tecnología y Operaciones de ESPN.

ESPN ya había hecho dejado una huella histórica cuando en abril pasado emitió en esta calidad en vivo la semifinal de la UEFA Champions League entre Liverpool y Roma. Posteriormente la propuesta 4K también incluyó la cobertura de la gran final continental, Real Madrid vs. Liverpool.



Demanda de banda ancha se duplica entre los cableoperadores

Los proveedores de cable y telefonía más grandes de Estados Unidos, concentradores de aproximadamente 95% del mercado, han logrado sumar aproximadamente 455.000 suscriptores de Internet de banda ancha adicionales en el segundo trimestre de 2018, casi el doble de lo recogido por los mismos operadores en igual trimestre del año pasado, exactamente 235.000.

De esta manera han llegado ya a 97.1 millones de clientes. Las principales compañías de cable tienen 62,9 millones de abonados de banda ancha, y

las principales telefónicas cuentan con 34.2 millones de suscriptores. Estos datos sobresalen en el relevamiento trimestral de Leitchman Research Group sobre la situación del broadband en el país, divulgada esta semana.

Los hallazgos principales del estudio en este segundo cuarto del año fueron:

Las principales compañías de cable agregaron aproximadamente 585.000 suscriptores, en comparación con los aproximadamente 465.000 sumados en igual trimestre de 2017.

Las principales compañías telefó-

nicas perdieron cerca de 130.000 suscriptores en este trimestre, menos que los 230.000 suscriptores perdidos en igual trimestre del año anterior.

Las empresas de telecomunicaciones han tenido pérdidas netas de banda ancha en cada uno de los últimos nueve trimestres.

Durante el año pasado, hubo aproximadamente 2.180.000 de adiciones netas de banda ancha, en comparación con las aproximadamente 2.500.000 agregados en el segundo cuarto de 2017.

LAS MEJORES SEÑALES PARA TUS SUSCRIPTORES

**Claro⁺
sports**

LA EXPERIENCIA MÁS COMPLETA
PARA LOS AMANTES DE LOS DEPORTES



MCHD

LOS 3 GÉNEROS MÁS POPULARES EN LA
ACTUALIDAD; ACCIÓN, TERROR
Y SUSPENSO COMBINADOS
EN UNA IMPACTANTE SEÑAL EN HD



**MVS
Televisión**

**la
Mejor^{TV}**

24 HORAS CONTINUAS CON LO MEJOR
DE LA MÚSICA GRUPERA:
NORTEÑO, BANDA, RANCHERO Y MUCHO MÁS



#SoyNuMusic



**M7
MULTIPREMIER**

LO MEJOR DEL CINE DE HOLLYWOOD,
CINE EUROPEO COMERCIAL Y UN TOQUE DE
EROTISMO GENERAN LOS MEJORES
MOMENTOS DE PELÍCULA

**NU
MUSIC**

LA SEÑAL MUSICAL 24 HORAS CON LOS HITS
INTERNACIONALES, NUEVOS ARTISTAS Y
LAS CORRIENTES MUSICALES MÁS POPULARES

¡SÚMATE A ESTA FAMILIA!

Contacto: **Sandra Chávez Tovar**, Subdirectora de ventas LATAM

+5255 57 64 81 31 | schavez@mvs.com

Matilde de Boshell, Representante regional

+571 642 00 68/79 | mboshell@mbanetworks.tv

[Ventas de Señal](#) | [marketingMVS](#) | [marketingMVS](#)

www.mvs-marketing.com

Variedad de contenido VOD en la región

La cartera de la prestigiosa señal francesa continúa ganando en volumen para sus clientes latinoamericanos

TV5MONDE

TV5Monde, el único canal francófono generalista presente en 98 países alrededor del mundo (354 millones de hogares con programación subtitulada en 14 idiomas tales como el español, el alemán, el inglés, el portugués y el japonés, entre otros) está ofreciendo un nutrido catálogo de contenido VOD a los operadores de la región. En esa cartera destaca el contenido "Arte de vivir", que suma aproximadamente 140 horas y se renueva cada año.

"Las nuevas formas de consumir contenido nos ofrecen el desafío y nos permiten ofrecer a nuestros clientes,



y a los que no lo son aún, esta nueva oferta Arte de vivir, que incluye programas seleccionados de gastronomía, Moda, Turismo, diseño; todo subtitulado en español.

Pensamos que esta propuesta es un valor agregado, de estilo europeo, que se suma a la tradicionales ofertas de series y películas que encontramos hoy en las plataformas Play de los principales operadores," manifestó Corina Goicoechea, ejecutiva a cargo de la señal en Argentina y Uruguay.

La oferta de este 2018 incluye, entre otros: "Épicierie fine", que tiene al galardonado chef Guy Martin presentando en cada episodio una nueva región francesa con el objetivo de promover sus productos locales más preciados. Martin se reúne con aquellos que, cultivan, pescan y preparan lo mejor de la cocina francesa, compartiendo algunos de sus mejores consejos; "Tendance XXI", dedicado a los campos de la moda, la artesanía de lujo, el diseño, la belleza y la gastronomía, áreas

en las cuales la creatividad francesa suele marcar tendencia y "Démo Demodé", programa en el cual Viviane Blassel invita a los diseñadores a mirar sus propios desfiles durante los shows de moda y de alta costura de París y a hablar de sus creaciones. Las entrevistas se hacen en un lugar familiar, en un ambiente relajado y listos para abrirse y dar una mirada interna al proceso de diseño.

En cuanto a contenido vinculado con la gastronomía, a través de cada episodio de "S'il n'en restait qu'une: les chefs", ocho grandes chefs revelan una de sus recetas emblemáticas entre cocina y confesiones. En cuanto a naturaleza, "Les 20 chefs d'oeuvre de la nature" invita conocer aficionados que dedican sus vidas a preservar los parques nacionales más hermosos del mundo y los animales que viven allí. Guardabosques, veterinarios o científicos, todos están movidos por la misma pasión: el amor por los animales y por el planeta.

Grandes expectativas en lanzamiento de HOTGO.tv en México

La proveedora líder de contenidos para adultos de la TV paga latinoamericana inició la oferta online, con la modelo Celia Lora como embajadora de la propuesta

HotGo Media, el portfolio de contenidos para adultos con formatos desarrollados para múltiples plataformas de distribución y que opera en América Latina e Iberia, lanza su nueva versión de la plataforma de contenidos para adultos, HotGo.tv, que ya está disponible para el mercado mexicano con acceso desde cualquier dispositivo conectado a internet.

Como embajadora del su lanzamiento, Celia Lora, Miss Playboy TV Méxi-

co, realizó una producción exclusiva que ya se encuentra disponible desde el 22 de agosto pasado para los suscriptores de www.hotgo.tv.

Los videos de Lora se suman a la oferta de contenido erótico que consta de las producciones y las series latinoamericanas de PlayboyTV en alta definición y lo mejor del contenido adulto de Venus, Penthouse, Private y Sextreme. Es decir que por primera vez se ofrecen los mejores contenidos para adultos de Hot Go en una sola plataforma.

"Queremos que los usuarios tengan la mejor experiencia de entretenimiento, que disfruten en un solo lugar la mejor calidad de películas, series y eventos exclusivos para disfrutar solos o en pareja, en cualquier dispositivo y que lo puedan contratar de la manera que les resulte más



conveniente, segura y económica," destacó Esteban Borrás, VP de HotGo Media.

Borrás proyecta que este año la oferta alcanzará en México a los 100.000 suscriptores. Para quienes cuentan con el paquete de Hotgo en los servicios de Dish, Megacable y Axtel, la versión móvil de los contenidos no tiene costo adicional.

STREAMING Y VIDEO OVER IP

NEBULA VIDEO PLATFORM

La plataforma de TV **multipantalla** diseñada para Cable Operadores, Telcos e ISPs que requieren una solución comercialmente flexible y de rápida implementación.

FLEXIBILIDAD ◆

SOLUCIÓN LLAVE
EN MANO ◆

HEAD END VIRTUAL ◆

◆ LIVE STREAMING ◆ VIDEO ON DEMAND ◆ VIRTUAL-PVR ◆ MULTIPANTALLAS ◆ CATCH-UP TV



PARTNERS DE



FLUSSONIC™

Visítanos en Jornadas ATVC • Stand 45

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 Católico



DHE

EN EXCLUSIVA
PARA LATINOAMÉRICA

**ESTRENO
SEPTIEMBRE**

20



**BÚSQUEDA
IMPLACABLE**
LA SERIE

TODOS LOS HÉROES TIENEN UN COMIENZO

Turner Latin America a la vanguardia de las soluciones digitales

Un estudio realizado por la compañía para mensurar el desempeño de sus contenidos en redes sociales, confirmó que su portafolio cuenta con 104 millones de fans en sus feeds de América Latina.



Felipe de Stefani, Vicepresidente Senior de Ventas Publicitarias Panregionales e Innovación en Turner Latin America y Gerente General de Turner Internacional Argentina, no sólo dirige los negocios en el país y tiene a su cargo los equipos de ventas publicitarias panregionales; también lidera el desarrollo de programas de innovación e iniciativas en Latinoamérica. Desde la oficina de Buenos Aires, base de operaciones digitales de Turner International y a la vez centro de innovación para Turner Latin America, de Stefani ha logrado lo que la compañía considera "excelentes resultados".



Felipe De Stefani

Hacia fines de agosto Turner Latin America, presentó un amplio estudio sobre la performance de sus contenidos en las redes sociales y reveló que con su portafolio posee 104 millones de fans en sus feeds de América Latina y que sus niveles de engagement son superiores al promedio de cada plataforma. Las cifras de audiencia que acumula Turner en las

redes sociales posicionan a esta plataforma como la segunda en términos de alcance, después de la pantalla más tradicional, la de la televisión lineal, donde su portafolio de canales se posiciona # 1 entre los grupos de TV Paga de América Latina.

En el terreno de las ventas publicitarias, desde el año pasado Turner ofrece a sus anunciantes una solución publicitaria

basada en big data que se aplica específicamente a redes sociales. Se trata de Launchpad, una herramienta, que de acuerdo a la evaluación de técnicos, "optimiza el poder de los contenidos de la compañía en redes sociales, combinando datos en tiempo real, análisis y visualización de big data, para sustentar la creación y distribución de contenido relevante para las marcas de los anunciantes".

A mediados de 2018, la empresa lanzó una solución de targeting avanzado para televisión que provee un alcance más efectivo de las campañas publicitarias en los targets específicos de cada marca. El desarrollo TargetingNOW fue presentado como una puerta de entrada para los anunciantes que desean incursionar en targeting de TV basado en big data y comienzan a mirar la planificación de medios más allá de las métricas tradicionales de televisión, limitadas en cuanto a variables de segmentación.

Nuevas temporadas de realities



"Shark Tank Colombia: Negociando con Tiburones", 2ª temporada, la versión colombiana del famoso "Dragons' Den", y "The X Factor", en su 15º año, debutaron con éxito en América Latina

"The X Factor", el reality show del Reino Unido con el lema: "cualquiera y todos pueden adicionar", estrenó su decimoquinta temporada el pasado miércoles 12 de septiembre a la medianoche a través de la pantalla de Canal Sony.

En la nueva edición de este exitoso formato, las audiciones están abiertas en cuatro categorías diferentes: menores de 28 niñas, menores de 28 niños, mayores de 28 años, y grupos. Pero sin dudas, el panel de jurados es la gran novedad. Esta vez Simon Cowell está acompañado por el cantante Robbie Williams, la actriz Ayda Williams y el cantante de One Direction Louis Tomlinson.

Williams es una superestrella mundial que ha vendido más de 75 millones de álbumes a lo largo de su carrera y ha



ganado 18 BRIT Awards. Curiosamente, será su propia esposa, la actriz y presentadora, la que competirá con su marido para reclamar el lugar ganador en el programa de este año.

El viernes 7, a la medianoche, hizo su desembarco la segunda temporada "Shark Tank Colombia: Negociando con Tiburones", adaptación del famoso rea-

lity "Dragons' Den", formato creado por Nippon TV en Japón que es distribuido por Sony Pictures Television y ha sido adaptado exitosamente en más de 35 países, entre los que se incluyen Alemania, Canadá, Dinamarca, Estados Unidos, Finlandia Polonia y Reino Unido.

Durante el primer semestre del año, la primera temporada del reality llegó a más de 17 países de Latinoamérica; y por el tanque pasaron cerca de 50 empresas de las cuales un 30% de ellas consiguió inversión de uno o varios "tiburones". En esta segunda entrega llegó un nuevo inversor al tanque. Se trata de Leonardo Wehe, un empresario argentino al cual fue precisamente su olfato de inversionista que lo llevó a Colombia años atrás, persiguiendo el negocio de un naciente laboratorio local de dermo-cosmética, el cual adquirió con el fin de desarrollar productos en Colombia para luego exportar al resto de Latinoamérica.

Un Deporte,
una pasión!



Distribución en América Latina - Willie J. Hernández - W.hernandez@goltv.tv - Tel. 305 588 9567

La innovación, fundamental en el futuro de la TV paga

La serie de relevamientos impulsada por la alianza de Nagra con MTM, pronostica que la competencia en el sector se disparará fuertemente en el próximo lustro.



Innovación, creatividad, innovación. Ese es el foco que debe primar entre los players involucrados en la TV paga, según los últimos relevamientos de la industria. El 84 por ciento de los ejecutivos del sector espera que la competencia por los servicios de video pagos se incrementará fuertemente en los próximos cinco años. Pese a que predomina la visión optimista de mercados cada vez más robustos con consumidores más y más decididos a pagar por un servicio de video –las proyecciones coinciden en mostrar un importante aumento de adeptos por este tipo de ofertas– el 90 por ciento de los ejecutivos del mercado está seguro que los proveedores de televisión paga tendrán que innovar de forma sostenida y muy creativa para seguir siendo competitivos y relevantes. Esto es más que lo relevado hace un año cuando los que opinaban de forma similar conformaban un 85 por ciento.

Estas conclusiones sobresalen en el nuevo white paper “Industry Perspectives on a Year of Pay-TV and OTT Convergence”, correspondiente al ‘2018 Pay-TV Innovation Forum’, el programa seriado que impulsan Nagra, líder mundial de protección de contenido y soluciones de televisión multipantalla, y MTM, una de las principales firmas internacionales de investigación y consultoría estratégica. El Forum, ya en su tercer año, busca identificar cómo la innovación está impulsando oportunidades para los propietarios de contenido y los proveedores de servicios en todo el mundo cuando enfrentan un mercado completamente revolucionado como el actual.

Los hallazgos se basan en una amplia investigación regional realizada en Europa, América del Norte, con un enfoque especial en EEUU, Asia-Pacífico y América Latina.

La investigación destaca cómo la industria de la televisión de pago converge hacia un modelo independiente de plataforma, y como resultado está en transición a un mercado de pago por video, que abarca una variedad de ofertas que incluyen OTTs independientes y servicios directos al consumidor. Este cambio es otra razón por la

cual el 77 por ciento de los ejecutivos de televisión paga consideran que la innovación es una de las tres principales prioridades estratégicas para la industria.

La piratería de contenido sigue siendo una preocupación. En este ítem, los profesionales del mercado consultados coinciden en que la industria está experimentando una amenaza significativa para la sostenibilidad a largo plazo de las empresas de TV paga y OTT. El 47 por ciento de los encuestados cree que la piratería generará mayores presiones en la industria durante los próximos cinco años, en línea con los hallazgos del Forum en 2017.

Si bien los desafíos continúan, la investigación de este año enfoca seis áreas clave de innovación en la industria:

- Inversión continua en servicios de televisión de pago de última generación: la mayoría de los proveedores de televisión de pago (65 por ciento) han mejorado sus carteras en los últimos 12 meses, centrándose principalmente en la proposición central de la televisión de pago a medida que implementan decodificadores de última generación, que admiten funcionalidades avanzadas como aplicaciones de terceros, recomendaciones de contenido personalizado y 4K.

- Propuestas de televisión de pago multipantalla más diversas: el 77 por ciento de los ejecutivos encuestados cree que los paquetes de televisión de pago evolucionarán sustancialmente en los próximos cinco años, atendiendo a las necesidades de diferentes grupos de clientes. El 89 por ciento está de acuerdo en que ofrecer una experiencia personal para el consumidor será la clave.

- La próxima ola de agregación; los superagregadores: este modelo, donde las empresas ofrecen una gama de contenidos y servicios a través de una sola suscripción, se considera una forma de simplificar un mercado fragmentado para los consumidores, al tiempo que ofrece oportunidades de crecimiento adicionales para los

operadores mejor establecidos.

- Ofertas convergentes de televisión de pago/OTT: la mayoría de los proveedores tradicionales de televisión de pago están buscando ofrecer servicios convergentes de televisión de pago/OTT. Como resultado, el mercado de televisión de pago está en transición a otro nivel: un mercado de pago por video.

- Ir más allá del decodificador: muchos ejecutivos de la industria creen que la infraestructura de red y las relaciones de facturación, en lugar de la propiedad de decodificadores, ahora son la puerta de entrada al cliente.

- Creciente enfoque en la diversificación, en particular en la conectividad: se espera que los servicios de banda ancha fijos y móviles crezcan en importancia en el futuro a medida que los proveedores sigan estrategias de agrupamiento para ofrecer un mejor valor y mejorar la adhesión del cliente. “El cambio es la única constante en la industria global de televisión de pago, impulsada por numerosas presiones de competidores, piratas y suscriptores, lo que dificulta a los proveedores de servicios y propietarios de contenido mantener el crecimiento de los ingresos. Nunca ha sido más importante comprender las nuevas expectativas de los consumidores, anticipar las necesidades futuras e innovar, y este informe refleja la forma en que los proveedores de servicios de televisión paga de todo el mundo están dando los pasos necesarios para fortalecer y hacer crecer sus carteras de productos y servicios”, dijo Simon Trudelle, Director Senior de Marketing de Productos de Nagra.





Desde hoy,
lo delicioso
será **mucho**
más tentador



Le damos la
bienvenida a
Food Network

AL MENÚ DE CANALES
DE DISCOVERY



¡Éxito Digital: Mediciones exactas del Ber!



Por Rolando Jochen Barja Elias*

Aunque vivimos en un mundo analógico, todos los sistemas de transmisión se basan en varios niveles de sistemas digitales y capas de interconexión de sistemas abiertos (OSI) con varios protocolos de información.

En la actualidad, el contenido digital transmitido en una red convergente por cable debe lograrse mediante parámetros dentro de los rangos establecidos por los estándares de cable y los informes técnicos. Además, el contenido se transmitirá de acuerdo con la tecnología utilizada por un operador, asegurando cierto nivel de "buen estado" de los bits intercambiados entre el equipo para cada enlace físico de línea final y enlace lógico utilizado.

Considere que una transferencia ideal de energía entre dos sistemas NO existe. Los sistemas tienen pérdidas entre los transportes físicos por varias razones, tales como: desajustes de impedancia, bajo nivel de densidad en sentido downstream (DS) y upstream (US), Niveles de ruido incrementados, interferencia desde el interior del sistema, MODULACIÓN y ERRORES DE BITS en el entorno físico capa de la OSI.

Una mirada al BER y FEC

¿Qué es la relación de error de bit o BER? Se define como la relación entre el total de bits transmitidos y la

cantidad de bits erróneos. El BER normalmente se expresa como un exponente negativo del orden de mil millones (p. Ej., 1×10^{-9}). Esto significa 1 bit con error en 1.000.000.000 (1.000 millones) de bits transmitidos. El BER es una medida aceptada por los operadores de cable para el éxito del transporte y la distribución de señales digitales en cable.

De forma similar a los bajos niveles de BER, los parámetros de distorsión no lineal tienen un efecto nocivo en la llegada de bits al receptor (por ejemplo, sistemas digitales bidireccionales). Se requieren bajos niveles de pérdida de bit para lograr calidad de servicio (QoS), y el QoS se mejora mediante la corrección de error de avance (FEC), lo que significa que la medición de BER se compone de dos factores principales: El nivel de modulación y El tipo de FEC.

$1 * 10^{-9} = 1/109 = 1/1.000.000.000$
BER solo proporciona una indicación cuantitativa del rendimiento para un canal de comunicación. BER no proporciona información relativa a la causa del error, pero se puede utilizar junto con los parámetros de Relación de Error de Modulación (MER), la densidad de transmisión de datos DS-US y las mediciones de constelaciones para determinar la ubicación de la falla QAM. Estas son las razones por las que los problemas deben resolverse lo antes posible.

¿Qué es el FEC?

La corrección de errores hacia adelante es un sistema de control de errores en la transmisión de datos. Los dispositivos de recepción de datos como un cable módem tienen la capacidad de detectar y corregir cualquier carácter o bloque de código que contenga un número de símbolos QAM por error. Los algoritmos de corrección de errores ayudan a los MSO a controlar las tasas de bits o el rendimiento entre los sistemas digitales. FEC permite a los MSO lograr una configuración de QoS perceptual "corrigiendo" los bits con errores y permitiendo que un servicio continúe

funcionando en la red de cable. Este tipo de corrección de errores se llama Post-FEC BER.

Relaciones de Bits de Información/ Relaciones de Bits Transmitidos

Anexo B-US	64	QAM—26.97035
Mbps/30.3420	Mbps	
Anexo B-DS	256	QAM—38.81070
Mbps/42.8843	Mbps	

Para una prueba sólida de BER, los MSO tendrán que realizar la prueba durante un minuto y medio en promedio para obtener una lectura precisa. Una vez completada la prueba de BER establecida, los MSO ahora tienen un registro de todas las mediciones BER previas a la FEC y luego pueden reiniciar inmediatamente las mediciones de BER con la siguiente serie de compilaciones de datos para establecer un rendimiento operativo de RF óptimo.

El MSO debe corregir la exactitud de los resultados de la BER previa a la FEC para evitar problemas posteriores al BER y posterior al FEC. Algunos instrumentos de prueba pueden configurarse para obtener resultados de BER minuto a minuto, calculando una puntuación promedio de BER durante una prueba de múltiples tramos de cable. Aplicando el mismo principio con las mediciones de BER mencionadas anteriormente, una medida de menos de un minuto no es una práctica aceptable para solucionar errores de bit. Por lo tanto, una lectura que es menos de un minuto puede crear variaciones en la medición de BER. Por ejemplo, para determinar un promedio total de BER, la BER se medirá durante un minuto y medio. Una medición constante durante 90 segundos es el mínimo para determinar un promedio de medición de BER saludable. Sin embargo, usar menos tiempo de medición podría darnos solo una muestra parcial de BER sin exactitud y confianza en la medición. Supongamos por un momento que la medición de RF se obtuvo dentro de los parámetros aceptables de 1×10^{-9} BER; una modulación de señal de 256 QAM le da al operador una capacidad






Celia Lora

MISS PLAYBOYTV
MÉXICO

¡CONTENIDOS EXCLUSIVOS!

HOTGO ▶ hotgo.tv

PLAYBOYTV **VENUS** SEXTREME PENTHOUSE BRAZZERS PRIVATE

-  DISEÑO Y NAVEGACIÓN TOTALMENTE RENOVADOS
-  LA MAYOR VARIEDAD PARA ADULTOS EN UN SOLO CLICK
-  MÁS DE 1000 CONTENIDOS FULL HD DE LAS MARCAS MÁS RECONOCIDAS
-  PRIVADO Y SEGURO
-  DISPONIBLE DESDE CUALQUIER DISPOSITIVO



de 42.8843 Mbps que da como resultado un tiempo de latencia de 23.3186 segundos por bits con error. La próxima prueba para que los MSO consideren es una medición de BER promedio durante 15 minutos o más.

$$1 \times 10^{-9} \text{ BER} * 42.8843 \text{ Mbps} = 23.3186 \text{ s}$$

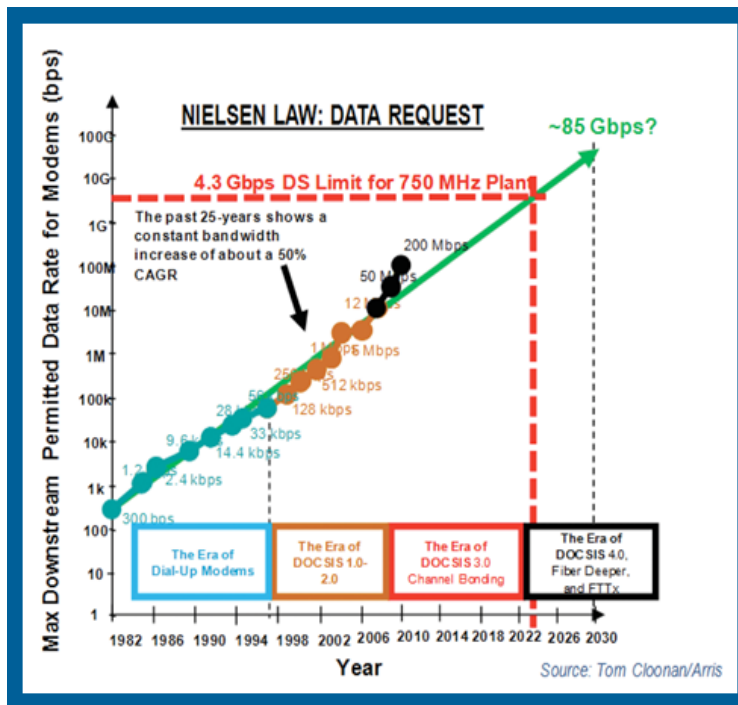
La Capacidad de las Redes

¿A dónde vamos con futuras mediciones digitales, y cuál debería ser nuestro objetivo? ¿Cuáles son los principales desafíos con los que deben lidiar los MSO? Estas preguntas se responderán lógicamente con la revisión de las leyes Nielsen y Moore que nos permitirán conocer la capacidad de las redes.

Ley de Nielsen: Cada año, las solicitudes de datos aumentan en aproximadamente un 50%; es decir, la solicitud de capacidad del usuario se incrementa tanto para las descargas de contenido descendentes como para las solicitudes de mayor ancho de banda ascendente para el contenido de video Over-The-Top (OTT). Este uso de datos para contenido de video representa una solicitud de datos que no es posible organizar en forma aritmética, ¡la razón por la cual el crecimiento es EXPONENCIAL! Además, la Ley de Moore se refiere a cada vez que se requiere que la capacidad de procesamiento aumente para administrar la capacidad.

• Ley de Moore: Cada año, la densidad de aumento de los procesadores aumenta en un 60 por ciento. Este aumento en los procesadores es requerido para los equipos del servidor de servicio digital; sin embargo, el cambio en las actualizaciones del servidor es más lento y necesita una mejora en el microprocesador. El ciclo de requisitos de procesamiento aumentados no se observa constantemente en cada instante. Se necesita un mayor rendimiento de los bloques de bits QAM con un índice de modulación más alto para lograr las solicitudes de los usuarios.

Nuestros técnicos de campo deben reunir la experiencia práctica para



realizar mediciones de RF exactas, y comienza con la observación de las variaciones en las métricas. Aproximadamente desde el primer minuto en el nodo, observamos la lentitud del acceso a Internet en los niveles superiores de velocidad y el bloqueo macro del sistema de video HD del MSO. Tienen variaciones pre-BER y una disminución de la BER posterior de 1×10^{-8} a 1×10^{-5} . Estas variaciones se resolvieron previamente igualando los niveles de transmisión óptica en la red de distribución, realizando ajustes de nivel de transmisión del Hub (TX) en la llegada al nodo óptico y logrando la estabilidad del sistema de enlaces ópticos con el control de este importante parámetro en la transmisión digital de bits.

¿Por qué son el BER y el FEC Importantes Mediciones Digitales?

Por ejemplo, en un total de 8,000 mediciones de acometidas, se determinó que aproximadamente el 30 por ciento de las acometidas tenían variaciones, algunas con una BER de 1×10^{-8} . Un porcentaje reducido de acometidas alrededor del 10 por ciento mostró una lectura de BER de 1×10^{-7} . La medición manual de las acometidas requiere mucha mano de obra. El uso de PNM permite a los MSO medir la red de forma remota y sin llamadas directas de los suscriptores. PNM tiene la capaci-

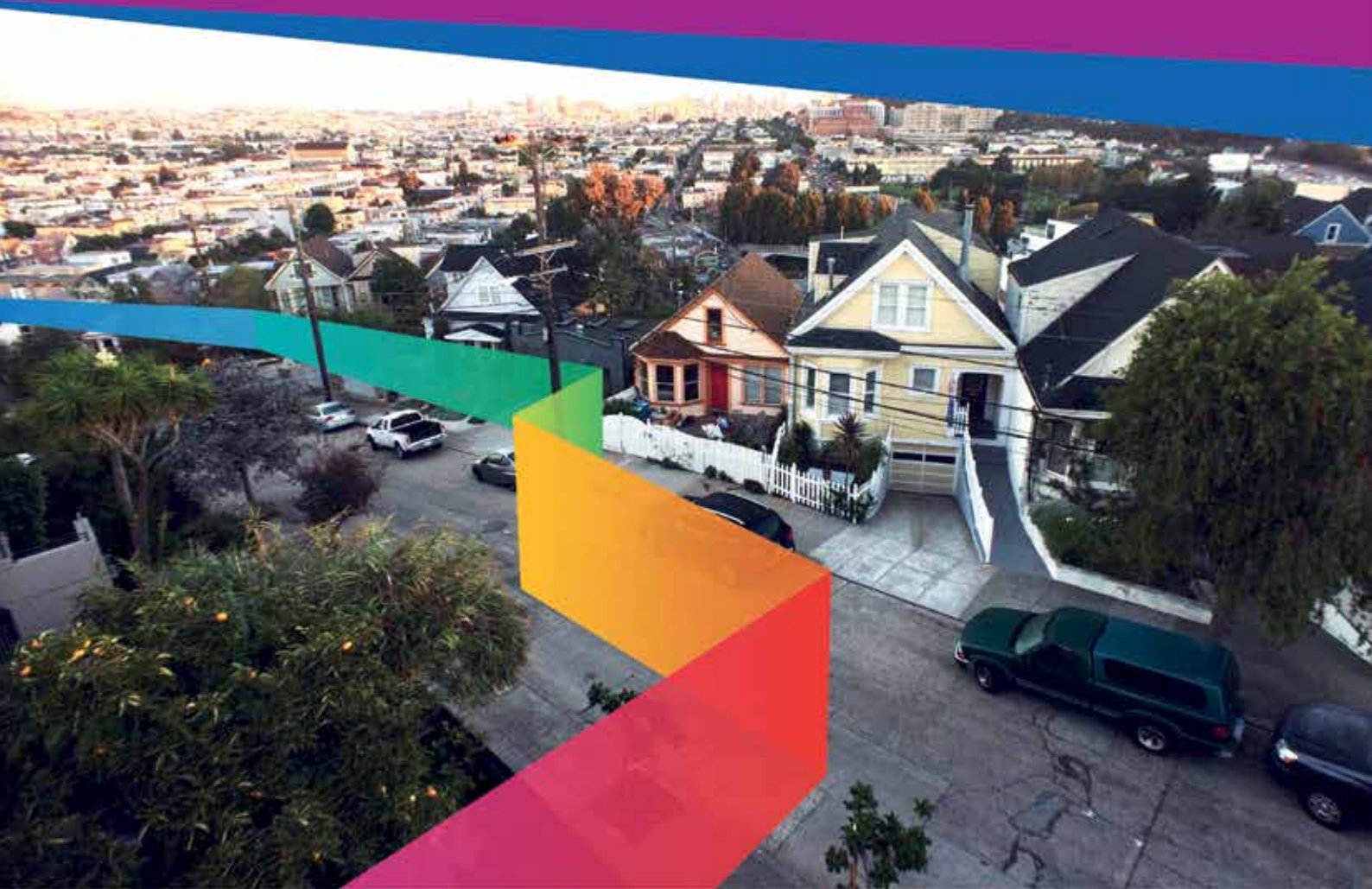
dad de generar tickets en su lugar del Call Center de Operaciones Técnicas. Las soluciones para resolver los errores de BER pueden variar según el operador (por ejemplo, la equalización del amplificador se realizó para aproximadamente el 2 por ciento de las mediciones totales, otro 40 por ciento de las acometidas se repararon con un cambio de conectores o cables coaxiales). Las mediciones se realizaron de acuerdo con las normas ANSI/SCTE 132-2012 y ANSI/SCTE 121-2011 para los valores de BER en sentido upstream y downstream, respectivamente. Las mediciones se deben realizar tomando medidas de un tiempo aproximado de un minuto para que las mediciones logren la certificación y la

estabilidad de las tasas de bits del sistema. Es una buena práctica usar un minuto de prueba para evaluar la precisión de una medición; para mejorar la precisión, se agregan 30 segundos.

La medición BER establece el éxito de transmisión para un canal de comunicación digital en cable. BER debe medirse utilizando tiempos más largos; Se recomienda más de un minuto. Si la medición más larga no muestra una cantidad de bits con errores, significa que el estado de la transmisión digital y el enlace se encuentran adecuados. El canal puede certificarse para la transmisión de la modulación requerida de 64 QAM o 256 QAM en los US o DS. También las recomendaciones son aplicables a índices de modulación más grandes con las variaciones adecuadas en otros parámetros eléctricos.

A medida que buscamos el éxito en el mundo digital, hacemos bien en prestar atención al mensaje de Michael E. Porter, quien dice que "La definición de una estrategia competitiva implica desarrollar una amplia fórmula de cómo la empresa va a competir, cuáles deberían ser sus objetivos, y qué políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos".

**MBA Eng. Rolando Barja
SCTE Adjunct Instructor
DOCSIS 3.1 Certified*



La próxima evolución en el despliegue de FTTx

Fiber Indexing -la tecnología nueva e innovadora de FTTx de CommScope- que permite a los operadores de red abordar los desafíos del despliegue de la última milla. Estos desafíos son bien conocidos: cómo implementar de manera rápida y eficiente para atender la demanda inmediata del mercado; y cómo evolucionar la red rápidamente respondiendo a la dinámica de mercado. Al reducir los requisitos de cableado, eliminar el empalme y aprovechar una plataforma simple pero adaptable, fiber indexing puede resolver estos desafíos.



Conozca más en www.commscope.com

“Tenemos una excelente relación con la TV paga”

La entidad que defiende los derechos intelectuales de actores y bailarines argentinos expone su realidad y los aspecto más críticos que la afectan.

SAGAI

SAGAI (Sociedad Argentina de Gestión de Actores Intérpretes) es la asociación civil sin fines de lucro, con base en la ciudad de Buenos Aires, considerada la única autorizada para gestionar y administrar colectivamente los derechos intelectuales de actores y bailarines. La recaudación de los derechos de intérprete deviene de los pagos que realizan los canales de televisión, cableoperadores y salas de cine..

Los derechos que se cobran a estos difusores son distribuidos entre los artistas en función.

La entidad también cumple con una función social mediante el desarrollo de actividades asistenciales y culturales que lleva adelante la Fundación SAGAI.

Revista ATVC buscó actualizar la información referida a esta sociedad consultando a sus principales referentes.

-SAGAI ha renovado sus autoridades en julio pasado ¿Cuáles son las principales metas trazadas para esta gestión?

-SAGAI nació como unidad, y nuestra responsabilidad hoy es seguir honrando ese mandato. Porque llevar adelante SAGAI es mucho más que administrar regalías; es comprometerse con una gestión eficaz y transparente que haga efectivo el derecho de los intérpretes. Tenemos nuevas metas y lineamientos que nos impulsan. Uno de ellos es, sin dudas, el de expandir el derecho a las plataformas de difusión de contenidos online argentinas, como Cont.ar, Cine.ar y Flow en principio, y del exterior, como Netflix, Amazon, o Youtube, empresa contra la cual estamos en juicio en la defensa de nuestros derechos como intérpretes. También vamos a seguir posicionando a SAGAI como entidad referente a nivel internacional, estrechando lazos con sociedades extranjeras, negociando nuevos acuerdos y



participando en foros especializados en el mundo.

-¿Cuál es la situación actual de los asociados a SAGAI? ¿Cuáles son los aspectos más críticos que observan en la relación con los diferentes sectores, cine, televisión, teatro, internet? ¿Se mantiene la baja de la producción de ficción en la televisión abierta del país?

-Desde SAGAI vemos con preocupación la situación que atraviesa el trabajo en el sector audiovisual. El lugar que se le da hoy a la ficción argentina en las pantallas de televisión abierta es muy escaso y esto afecta directa e inevitablemente las fuentes de trabajo de los actores. Es en este sentido que creemos necesario para el desarrollo de nuestra cultura y el crecimiento de esta industria, trabajar en conjunto con todas las entidades que conforman el sector audiovisual

-¿Se ha logrado un trabajo en conjunto con el resto de las entidades del sector audiovisual?

-SAGAI forma parte, junto a otras entidades del sector, de la Multisectorial por el Trabajo, la Ficción y la Industria Audiovisual Nacional. En cuanto a la producción, estamos convencidos que el Estado tiene un rol fundamental ya que es el encargado de propiciar políticas de fomento que brinden herramientas eficaces para favorecer

el trabajo en este sector. Sobre este punto, la Multisectorial presentó un proyecto de ley que será tratado en el Congreso de la Nación. En relación a la distribución de los contenidos audiovisuales vemos a las nuevas plataformas y formas de consumo no como una amenaza sino como una oportunidad de expandir las fuentes de trabajo y el derecho intelectual de los intérpretes.

-¿Cómo es la relación con la TV paga?

-Tenemos una excelente relación con la TV paga. Si bien continuamos trabajando por el otorgamiento de nuevas licencias o cambios de titularidad, nuestra gestión con este sector está consolidada. Hace años que no hay resistencia al pago por parte de ellos y esto fue a raíz del fallo DTV, que era el único usuario que quedaba sin pagar.

Estamos muy contentos por el trabajo que hemos hecho con nuestros usuarios en general.

-¿Qué avances se lograron en el terreno de los medios digitales y plataformas como Netflix o YouTube por ejemplo? ¿Sigue siendo éste el sector más crítico para SAGAI? ¿Algún conflicto reciente con operadores?

-Los medios digitales y las plataformas de contenidos conforman, en general, el sector más crítico para todas las sociedades de gestión. En este tema hemos tenido pocos avances y eso se debe a diferentes motivos: por un lado la resistencia al pago por parte de estos usuarios y, por el otro, al hecho de que muchos no tienen sede en Argentina. La única excepción a este punto es Youtube, que hoy es el mayor distribuidor de contenidos. En este caso en particular nos encontramos en medio de un proceso legal, que iniciamos en 2014, para exigir el pago correspondiente de los derechos intelectuales.

1998

270 pymes

soluciones

evolución

560 localidades

servicios

competitividad

Inversión

infraestructura

sinergia

innovación

rentabilidad

desarrollo

trabajo

ecosistema empresarial

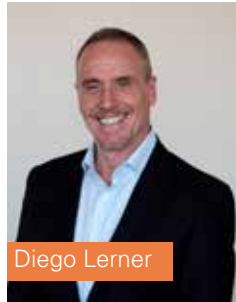
2018

20 años **red**
Intercable

Cumplimos 20 años
uniendo a las PyME del cable
de nuestro país.

Lo nuevo en los tres canales latinoamericanos de Disney

Disney Latinoamérica ha confirmado en este septiembre los más recientes estrenos para sus tres canales en la región, Disney Channel, Disney Junior y Disney XD Latinoamérica. Entre esas novedades sobresalen sus producciones originales: "Bia" para Disney Channel; "Nivis: Amigos de otro mundo", para Disney Junior, más una tercera temporada de "O11ce" para Disney XD. "Bia" es la nueva serie original latinoamericana del canal, protagonizada por un elenco multicultural, y realizada en colaboración con Disney Channel Europa, Medio Oriente y África. En la trama, un grupo de jóvenes creadores de contenido online han integrado la tecnología a sus vidas.



Diego Lerner

"Nivis: Amigos de otro mundo" es la primera producción original de Disney Junior que combina personajes y escenarios reales con animación 3D. Además, este canal tendrá nuevas temporadas de Muppets Babies, Mickey, Aventuras sobre ruedas, Doctora Juguetes, Puppy Dogs Pals y Vampirina. Fancy, Nancy, Clancy también tendrá su debut en pantalla, en este caso en este octubre. Además llegarán a la pantalla la quinta y última temporada de Junior Express.

La nueva temporada de "O11CE" tiene previsto estrenarse en 2019. "Este un producto televisivo único, que en muchos aspectos ha sido pionero", destacó Diego Lerner, presidente de The Walt Disney Company Latin America, en el momento de la presentación.

Servicio de streaming de Stingray seleccionado por KAABOO

Stingray, un líder mundial en contenidos de música para TV paga, ha destacado que Stingray Qello, el servicio de streaming multiplataforma de la compañía, ha sido seleccionado por KAABOO Del Mar 2018 como su socio exclusivo para streaming.

El importante evento, celebrado en este mediado de mes en California, EEUU, reúne a grandes talentos de la música, entre ellos Imagine Dragons, Katy Perry, Robert Plant y The Sensational Space Shifters, Wiz Khalifa, N.E.R.D, Incubus, Billy Idol, y Cake.

Stingray Qello firmó un acuerdo para ofrecer gratuitamente el streaming en vivo de los conciertos desde los tres escenarios de KAABOO.

Debut en CincoMAS de miniserie El padre de Caín



El canal CincoMAS, de propiedad del Grupo Mediaset, uno de los nuevos que más está creciendo en América Latina, estrenó recientemente "El padre de Caín", una producción de la propia Mediaset en colaboración con Boomerang TV Internacional.

La miniserie, interpretada por Quim Gutiérrez, Aura Garrido y Oona Chaplin, narra la historia de un guardia civil que prefiere elegir como destino el cuartel de Intxaurreondo (San Sebastián) en los ochenta, la época en la que la banda terrorista ETA asesinó a un mayor número de víctimas.

La producción tiene como director a Salvador Calvo y como guionistas a Alejandro Hernández y Michel Gaztambide.

FOX acuerda con Gustavo Loza producción de 3 series y 3 filmes

FOX Producciones Originales, brazo de desarrollo y producción de FOX Networks Group Latin America, anunció la firma de un acuerdo enfocado en el desarrollo y producción de contenidos para cine y TV del escritor y director mexicano, Gustavo Loza.

El acuerdo contempla el desarrollo, dirección y producción ejecutiva a cargo de Loza, de tres series –entre las que se cuenta una tercera temporada de la exitosa serie "Run Coyote Run"– así como de tres películas.

Este anuncio se dio a días del estreno –este pasado martes 18 de septiembre– de la esperada segunda temporada "Run Coyote Run", el primer dramedy original para FX en América Latina, creado, escrito y dirigido por Loza.

La serie ofrece en tono de comedia irónica, una reflexión profunda y ácida a la vez, sobre un tema relevante y contemporáneo como la migración y el tráfico de personas en la frontera entre México y Estados Unidos.



Gustavo Loza

Con música es mejor.



Sociedad Argentina de Autores y Compositores de Música

Uniando creación y realidad, formas y contenidos



DAC (Directores Argentinos Cinematográficos) celebró su 60° aniversario con la mirada puesta en los nuevos creadores, un colectivo de continuo crecimiento, integrado por más de 1.200 directoras y directores de ficción y documental, video clips, cine y televisión, que representados por la entidad, reciben con puntualidad y transparencia, los derechos que sus obras audiovisuales generan en la Argentina y en el mundo. La conmemoración coincidió con el Día Nacional del Director Audiovisual, así designado por decisión unánime del Congreso de la Nación, para rendir homenaje a la creación de DAC, un 23 de julio de 1958.

El epicentro de la celebración fue, una vez más, como acontece desde hace cinco años, la Casa del Director Audiovisual, la sede de DAC en el barrio de Villa Crespo. Allí tuvo lugar la gran fiesta que contó con la presencia de las más altas autoridades de otras asociaciones colegas de Latinoamérica como la brasileña que se hicieron presentes en Buenos Aires dado lo especial de la ocasión.

Noche de entrega, como ya es tradicional, de los Premios DAC, un estímulo a las trayectorias de destacadas realizadoras y realizadores del cine y la televisión, que reciben así el incomparable reconocimiento y distinción de sus propios pares.

En la premiación, que tuvo la conducción de Silvina Chediek, fueron premiados este año, por orden alfabético:

Manuel Antín, Jorge Bechara, Juan José Campanella, Lucía Puenzo, Liliana Romero, Bruno Stagnaro y Víctor Stella.

El evento fue una fiesta entre colegas que evidenció nuevamente, pese a todo el preocupante panorama local, el imparable crecimiento de la actividad audiovisual argentina.

Directoras y directores cinematográficos, televisivos, web, de videoclips, documentalistas, de ficción o animación, fueron parte de esta celebración.

"Muchos, amigos desde jóvenes, tenían un hermoso motivo para el reencuentro; otros tantos, comenzando recién el camino a recorrer, tal vez conocían a quienes para siempre compartirán su quehacer. 'Me la presentaron en la fiesta de DAC'. 'Fue cuando nos vimos la noche del Día del director'. 'Hablamos en el jardín después de la entrega de los Premios DAC'. Expresiones que se escucharon tiempo después para convertir esta celebración y ese es gran parte de su valor, tal cual las otras anteriores y futuras, en una destacada referencia personal y profesional"; destacaron en la asociación.

Mientras los aplausos rompían el silencio de la entrega de los premios, los galardonados agradecían la felicidad de apretar en sus manos la clásica sillita de bronce que despliega el inigualable y merecido reconocimiento de sus pares precisamente en el Día del director.

Una celebración que DAC asume día a día cuando una forma y contenidos a través de su labor.



Confianza extendida a David Zaslav, CEO de Discovery Communications



David Zaslav

David Zaslav, el presidente y CEO de Discovery Communications, continuará al frente de una de las redes de TV paga más grande del mundo. Al ejecutivo se le ha extendido la confianza hasta fines de 2023, tres años más para un vínculo que se vencía en 2020.

La extensión del contrato "brinda continuidad y estabilidad en la gestión y garantiza el liderazgo continuo de Zaslav", aseguró la compañía, durante los próximos cinco años y medio. El salario del ejecutivo se mantendrá en US\$ 3 millones por año, y una bonificación objetivo para 2018 de US\$ 9 millones, según una presentación que Discovery realizó en la Comisión de Bolsa y Valores de EEUU.

Zaslav ha formado parte de grandes iniciativas como la adquisición de Scripps Networks Interactive, la empresa programadora de los canales HGTV, Food Network y Travel Channel, por US\$ 14.600 millones, creando una cartera nueva y mejorada de marcas. También en 2018, Discovery firmó una alianza sin precedentes con el PGA TOUR para crear un servicio de golf internacional único en su tipo, que incluye derechos en vivo para TV globalmente y en multiplataforma, fuera de Estados Unidos, para todas las propiedades de medios de PGA TOUR.

El CEO se unió a Discovery como presidente y director ejecutivo en 2007, después de una importante carrera en NBCUniversal en donde supervisó los lanzamientos de CNBC y MSNBC.

HISTORIAS QUE HACEN HISTORIA.



TURNER



www.turnerargentina.com

Juan Pablo Cofino al frente de negocios de Intelsat en América Latina y Caribe

Intelsat, el operador satelital global, tiene como nuevo vicepresidente regional para América Latina y el Caribe a Juan Pablo Cofino. El ejecutivo será responsable del desarrollo y la implementación de las ventas y las estrategias regionales de comercialización de la compañía, para los clientes de la región de banda ancha, movilidad, medios (televisión, entre ellos) y gubernamental.

Trabaja en la oficina de Intelsat en Coral Gables en Florida, reportando directamente a Kurt Riegelman, VP sénior de Ventas, Marketing y Comunicaciones de Intelsat. Cofino asumió esta posición tras llegar de ATN International, donde ocupó el cargo de presidente para los territorios de Caribe y América Latina. Allí dirigió operaciones de telecomunicaciones en Guyana, las Islas Vírgenes de EEUU, Bermudas, Aruba y las Islas Caimán. Diseñó y coordinó la estrategia comercial y las iniciativas de productos para redes inalámbricas móviles, internet de banda ancha y unidades de negocios hogareña fija, y ayudó a definir la visión, la estrategia, la hoja de ruta técnica y comercial de la compañía, presupuestos financieros y planes de asignación de capital. Antes de eso, ocupó puestos de gestión de unidades de negocios y ventas en Milicom (Tigo) y Grupo Progreso.



Juan Pablo Cofino

Dos ejecutivas refuerzan equipo de A+E Networks Brasil



Beatriz Cifu

A+E Networks Brasil ha reforzado el equipo ejecutivo dedicado a las marcas A&E, History, Lifetime y H2.

Cris da Hora, con 25 años de labores en el área comercial, es ahora directora de Ventas Publicitarias en Brasil. La ejecutiva llega a la empresa tras trabajar en diferentes plataformas como radio, en los grupos Mix y Camargo de Radio Difusión, medios externos, en la Red LC de Medios y, más recientemente, en empresas multiplataforma y de captación de recursos editoriales en asociación con TWC.

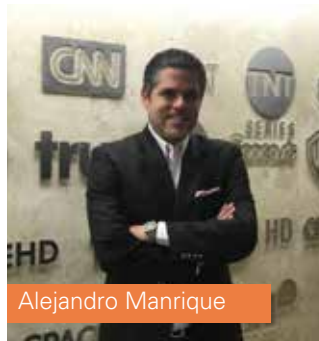
Beatriz Cifu asumió como directora de Contenido Original. En los últimos años, Cifu formó parte del equipo que inició la operación de Scripps Networks Interactive en América Latina, estando al frente de las producciones locales para el canal lineal y para las plataformas digitales de la señal (ahora en manos de Discovery) en Brasil y en América Latina.

Reestructuración AdSales de Turner en México

Alejandro Manrique asumió como director AdSales de Turner en México, con la responsabilidad de reorganizar todo el equipo local de ventas publicitarias. Reporta a Sharon Zyman, gerente general de Turner México & VP, Ad Sales México.

Manrique se integró a Turner México en septiembre de 2015, comenzando como Ad Sales Manager, a cargo de las estrategias comerciales para CNN para México.

Antes de esta posición fue parte de Marketing del negocio de TV paga de Televisa.



Alejandro Manrique

Peter Faricy, CEO Global de Direct To Consumer de Discovery



Peter Faricy

Discovery Communications ha nombrado a Peter Faricy, como CEO del área global direct-to-consumer. Procedente de Amazon, el ejecutivo supervisará las empresas digitales y directas al consumidor del grupo estadounidense, que incluyen los productos GO TV Everywhere de Discovery, Eurosport Player, Motor Trend, Discovery Kids, Dplay y el servicio OTT de golf con la marca PGA Tour, de próximo lanzamiento.

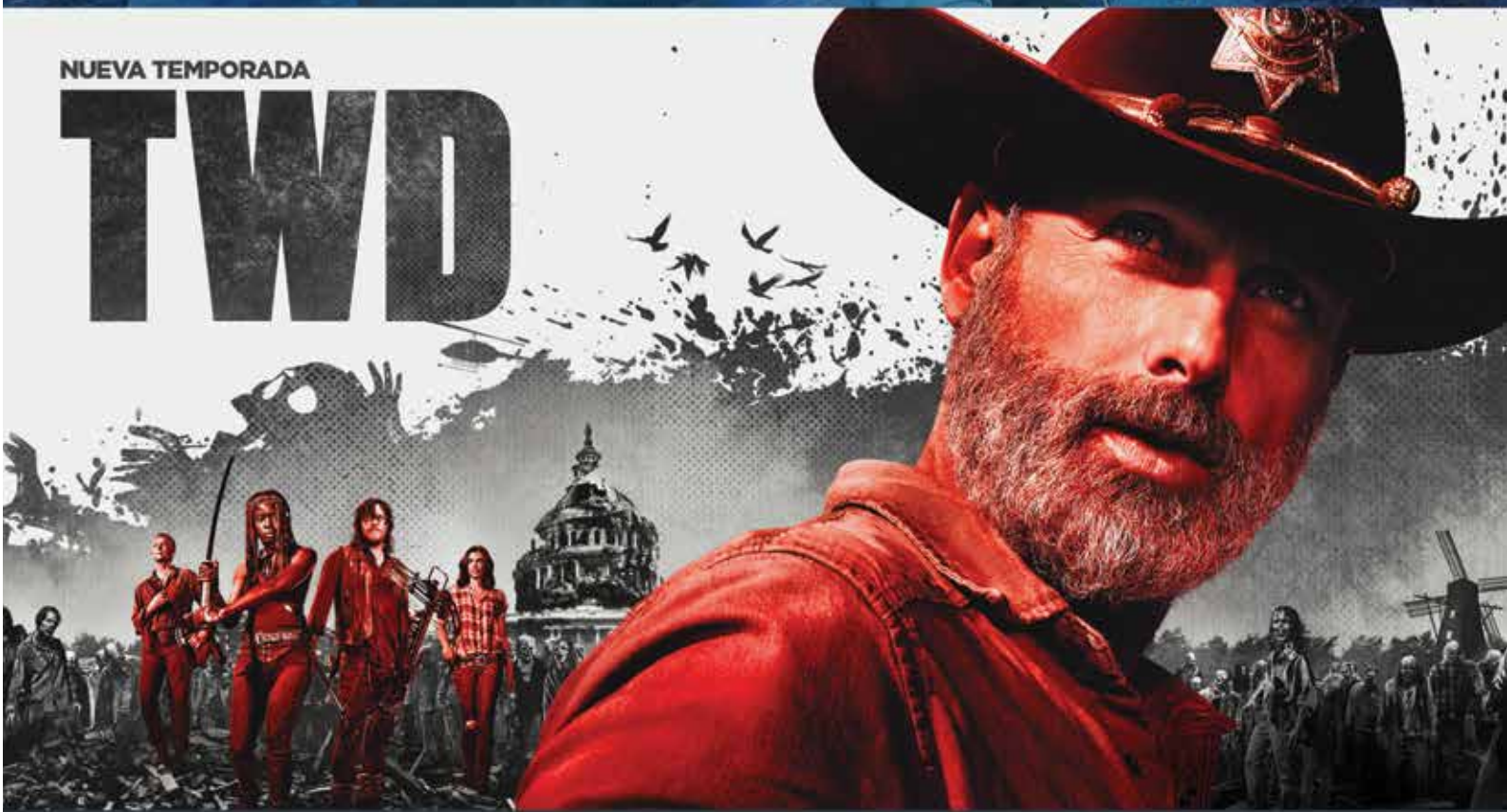


Cris da Hora



NUEVA TEMPORADA

TWD



LA EXPERIENCIA PREMIUM DE FOX COMPLETA.



En defensa de autores y compositores argentinos

La TV por cable engloba a las entidades más representativas de la creación audiovisual y SADAIC es una de ellas.



En Argentina, SADAIC es sinónimo de música. Citar SADAIC es nombrar a Carlos Gardel, Andrés Chazarrreta, Aníbal Troilo, Astor Piazzolla, Eduardo Falú, Francisco Canaro, Palito Ortega, Ariel Ramírez, Charly García, Alberto Ginastera, Mariano Mores, Juan José Castro, Damasio Esquivel, Atahualpa Yupanqui, Luis Alberto Spinetta, Homero Manzi, Sandro, Gustavo Cerat, como parte de una interminable lista de creadores, autores y compositores.

SADAIC (Sociedad Argentina de Autores y Compositores) nuclea a todos los autores y compositores argentinos de música, cualquiera sea su género. En su tarea central, la defensa de los derechos de autor, se ampara en el artículo 17 de la constitución nacional para la protección a la propiedad intelectual garantizada por la Ley 11.723 a los creadores de obras musicales.

“Basta entrar a las instalaciones de la calle Lavalle y ver los cuadros con fotografías de aquellos de los que la Entidad madre de la música se enorgullece”, destacan en la entidad.

El derecho de autor, tal como se entiende en la actualidad, empieza a perfilarse en Europa hace más de

200 años y fue en Francia donde por primera vez surgió una Sociedad que agrupara solo a autores y compositores de música: Société des Auteurs, Compositeurs et Éditeurs de Musique. Era 1850 y nació la SACEM. Tuvieron que pasar muchos años para que en Argentina un grupo de autores y compositores emprendieran un camino que iba a tener muchas piedras para sortear.

Por empezar había que convencer a los autores y compositores de que tenían derechos sobre sus obras y estaba bien que cobraran por ellas y luego a los usuarios que no estaban mentalizados que utilizar una obra en beneficio propio debía tener también un beneficio para el autor de esa obra. Los responsables de llevar a cabo esa tarea, la de cambiar la mentalidad de toda una sociedad respecto a los derechos, fueron Julio de Caro, Osvaldo Fresedo, Andrés Domenech, Francisco Lomuto, Alfredo Pelaia, César Vedani, Juan Nolt, J. Fernández Blanco, A. Gutiérrez del Barrio, Guillermo del Ciancio y José Pécora, que integraron el Directorio Organizador. Después de muchos proyectos -un diputado afirmó en plena discusión

acerca del tema, que si todavía no se había sancionado una ley de protección a artistas y creadores era porque nadie lo había solicitado- el Congreso sancionó la Ley 11.723 de Propiedad Intelectual.

Fue en septiembre de 1933 por iniciativa del senador Matías Sánchez Sorondo y el diputado Roberto J. Noble; también integraron esa comisión parlamentaria el senador Mario Bravo y los diputados Ramón Loyarte y Silvio Ruggeri. Tres años después, el 9 de junio de 1936, se firmó el acta constitutiva de la Sociedad de Autores y Compositores de Música, Sadaic, y el 18 de diciembre de 1938 se puso la piedra fundamental del edificio de Lavalle 1547, actual sede de la entidad con la presencia del presidente de Sadaic, Francisco Canaro, del senador Dr. Sánchez Sorondo y la Sra. De Ortíz, esposa del Presidente de la República. Al cumplirse ochenta y dos años de vida, el Directorio está compuesto por Atilio Stampone, Facundo Saravia, Víctor Hugo Yunes, Miguel Loubet, Paz Martínez, Roberto Ternán, Norma Lado, Ramón Navarro, Eugenio Inchausti, Miguel Robles y Teresa Parodi.

nickelodeon

“Noobees”, gran estreno de Nickelodeon

“Noobees”, la esperada coproducción entre Mediapro y Viacom International Studios, llegó a toda América Latina a mediados de este septiembre por Nickelodeon. La serie juvenil de gaming tuvo un preestreno exclusivo en Nick Play, la plataforma digital del canal.

“Noobees”, creada por Enrique Pérez, de la productora 100Balas, de Mediapro, y realizada en Colombia, en los estudios Televideo, tiene un total de 60 episodios de una hora.

La serie está protagonizada por un elenco multicultural, compuesto por actores de la región entre los que destacan los mexicanos Michelle Olvera y Andrés de la Mora; los colombianos María José Vargas, Karen Martínez, Ilenia Antonini (Chica vampiro), Brandon Figueredo; el argentino Lion Bagnis (La doña, Baila); y la brasileña Clara Tiezzi.





23 DE JULIO

DÍA NACIONAL DEL DIRECTOR AUDIOVISUAL



1958 / 2018

ANIVERSARIO

DÍA NACIONAL DEL DIRECTOR AUDIOVISUAL
23 DE JULIO



BRUNO STAGNARO

JORGE BÉCHARA

LILIANA ROMERO

VÍCTOR STELLA



LUCÍA PUENZO

JUAN JOSÉ CAMPANELLA

MANUEL ANTÍN

PREMIOS DAC 2018 A LA TRAYECTORIA PROFESIONAL AUDIOVISUAL



DECLARÁ TUS OBRAS DE CINE Y TV ONLINE | www.dac.org.ar 0800-3456-DAC (322)

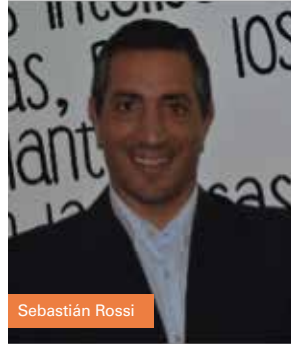
Las tormentas del contexto y el futuro de la interactividad

Por Ing. Sebastián Rossi

La competencia llegó, esta ahí. Algunos se han adelantado y avanzado, brindando una oferta de servicios integrados (Flow, Telecentro Play, DirecTV Now y otras). Éstas permiten al cliente disfrutar de contenidos antes solo disponibles en otras plataformas. Existe todavía mucho por agregar, por aprovechar del “caño” que se entrega al cliente, de mejorar la relación que como empresa se establece con el mismo y de la integración que vemos entre el mundo del cable tradicional y este nuevo universo digital de Internet. Todo confluye y se integra, los contenidos lineales, el contenido VoD, el acceso a los aplicativos OTT, Internet; y porque no, a futuro, IoT. Hace mas de un año, escuche a un ponente en una feria señalar que el servicio tendría que ser un market store donde el cliente elegiría entre la variada oferta disponible, que es lo que desea asistir en ese momento y en ese lugar.

¿Volvemos entonces al concepto “Content is the king” pero transformado?

Ya no es el mismo contenido en todas las pantallas: es la ubicuidad del contenido y del espacio, la situación del cliente y el contexto en el que se encuentra. Los tecnólogos orientan a los clientes a elegir soluciones, que alcancen lo que el proveedor quiere ofrecer a sus abonados. En este contexto, en el pasado se observaba que acceder a estas tecnologías era para unos pocos, con un ingreso pesificado e inversiones dolarizadas altas. Solo el nombrar adquirir alguno de los componentes de las soluciones, como ser encoders, transcoders middlewares, DRM, origin servers, CDN edges y los siempre comentados dispositivos de clientes (STB), generaba dudas y paralizaba el comienzo y avance de los servicios ofrecidos a los clientes. Miro y pienso, cuán errado estamos en el foco; se empuja mas desde la



necesidad de avanzar con la solución que en el concepto del éxito a largo plazo.

En un contexto regional, y sobre todo local -donde las monedas se devalúan y los insumos y tecnologías son mas costosos en la propia moneda del país-, un mal consejo los puede hacer sucumbir.

En mi opinión, todo esfuerzo en tecnología sería inútil si no ponemos el foco en el abonado o cliente: ellos tendrían que ser el motor de nuestro desarrollo.

Es a partir de ahí que las empresas construyen su éxito a largo plazo. Por lo cual, si empezamos a ver que espera el cliente, y como éste interactúa con lo que quiere, cómo lo quiere y dónde lo quiere, sería el primer paso en la ayuda que podamos dar a nuestra industria en no ser “comidos” por otros players. Pensemos al cliente como una entidad que requiere de ciertos parámetros de servicio, y hablamos de producto ofrecido y ampliado.

La tecnología es solo el vehículo donde materializamos lo que quiere. Evitemos dolores de cabeza, con problemas del proveedor por el tipo de solución que brinda al abonado. Hagamos rendir el Value for Money. Bajo este paraguas, empezamos la construcción.

1. La convergencia se da completa (dispositivos y conectividad).
2. Será necesario el STB, en cuanto los dispositivos de pantallas grandes no tengan un único sistema operativo o lenguaje de comunicación.
3. Que tendrá que ser simple para el

usuario acceder a lo que este quiere, independientemente de donde mire.

4. La estabilidad del servicio debe darse, independientemente de donde esté.

5. Debe ser accesible económicamente.

6. Debe estar ya listo.

En este punto es que las pruebas de campo pasan a ser imprescindibles para que no se cometan errores y que las personas se acostumbren a las nuevas tecnologías.

La gran oferta de productos y tecnologías marean a aquellos que tienen que tomar las decisiones.

Hoy la tecnología se acercó a los usuarios, y esto generó que la competencia ampliara su universo y las arenas donde estaban diferenciados anteriormente por los límites de la propia red, hoy están difusos y cualquiera podría expandirse localmente, regionalmente, nacionalmente y mundialmente, si entiende cómo alcanzar ese cliente, y cómo servirlo. Hoy Netflix no reconoce fronteras, porque realmente no existen; la nube es la nube.

Si el cliente no encuentra lo que quiere en su proveedor habitual, lo buscará de cualquier forma porque en la inmediatez de nuestra era actual, lo quiere resolver YA.

Esto fomentará que busque resolverlo con formas que no contribuyen a la industria y la alejan de sus usuarios.

Preferiría soñar en un contexto donde desde la industria podamos ofrecer al cliente lo que quiere, dónde lo quiere y cuándo lo quiere.

Hacérsela simple, dejando que gracias al servicio que le ofrecemos, el usuario o abonado no solo nos elige, sino que nos vuelve a elegir.

La tecnología esta ahí, esperando; las posibilidades también; debemos tener la honestidad de indicar qué si o que no, o cuando si y cuando no, porque todos debemos cuidar nuestra industria y hacerla crecer.

Todos debemos apostar a que nuestra industria se actualice, mejore, que la competencia sea sana y permita avizorar un futuro mas estable y sostenible.

DETRÁS DE CADA PANTALLA ESTAMOS LOS TRABAJADORES



EL SINDICATO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

www.satsaid.com.ar

 /SATS AIDnacional

 @SATS AIDnacional

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



MIE . JUE . VIE

24.25.26 | OCT

BUENOS AIRES • ARGENTINA

AGENDATE



consultas@caper.org



www.caper.org



WKD

Cable Enterprises LLC

Conectores



Power Prepping Tools



Powerful Satellite Receiver



U10C019



SLM/QAM/DOCSIS 3.0 with Standard Accessories 2 Year Warranty



Active V-Groove Fusion Splicer 1 Year Warranty



OTDR 1310/1550nm, 32/30dB 1 Year Warranty



Optical Light Source & Power Meter Set 1 Year Factory Warranty

Gammaker Line Extender 1 GHz



Gammaker High Gain Dual Amplifier 1 GHz



CAT 5e Patch Cords



Signal Level / QAM Meter / BUS 1 Year Factory Warranty



MB100K MiniBridge 3 GHz



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

Routers



SHCD3G2-B1Z

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



1.2M, 1.8M, 2.4M & 3M



SB6120 - SB6150



Cisco DPC3825, Docsis 3.0 Inalámbrico Wifi - Completos - Fuente & Cat5 Patch cord. 1 Año de garantía

Arris DG860A
Docsis 3.0 Inalámbrico Wifi
Fuente interno 100-240v 50/60Hz
1 Año de garantía



Ubee DVW3201B
eMTA Inalámbrico Wifi Docsis 3.0
Fuente interna 100-240v 50/60Hz
Protocolo: SIP / Packet Cable
1 Año de garantía



Ubee DDW3611
Docsis 3.0 Inalámbrico Wifi
Fuente externo 100-240v 50/60Hz
1 Año de garantía

Cable Modems Nuevo 3.0 Docsis con Wifi & EMTA

Wolfgang Kurt Domschke

General Manager
Tel: +1-850-450-5620

Email: wolfgangdomschke@icloud.com

Contáctenos para precios especiales

wkd@wkdcable.com

Nicoletta Polizzi

Ejecutiva de Ventas Latinoamérica
Tel: +54-911-4168-5602

Email: nicoletta@wkdcable.com
wkdcableargentina@skype.com

g

Cambios en la cúpula de A+E Networks Group



Paul Buccieri

Tras la renuncia de quien fuera máxima ejecutiva de la red, Nancy Dubuc, ahora en Vice Media, ya hay reemplazo en el máximo cargo ejecutivo de A+E Networks Group: será Paul Buccieri, quien venía desempeñándose como presidente de A+E Studios. La búsqueda del nuevo presidente le llevó al grupo casi cuatro meses. Buccieri se unió a A+E Networks en 2014 en calidad de presidente de A & E y History. Dos años después fue ascendido a la jefatura de todos los negocios de A+E Studios y del portafolio de marcas de A+E Networks.

g

Disney une operaciones AdSales de ESPN y ABC en Estados Unidos



Rita Ferro

Disney está uniendo sus operaciones de AdSales de ESPN y ABC en Estados Unidos. Encabeza la fusión, Rita Ferro, en condición de nueva presidenta de Disney Advertising Sales. Ferro, quien era hasta ahora jefa de las ventas publicitarias de ABC, Freeform y otros canales del grupo, asume nuevas responsabilidades en todas las propiedades de ESPN y Disney/ABC, así como las redes sociales, móviles, cartera digital y ventas nacionales de Disney, más las ocho estaciones de televisión locales de propiedad de ABC. Ed Ehrhardt, presidente de ventas publicitarias de ESPN, dejará su cargo el año próximo.

g

Daniel Burke, presidente y director de Operaciones en EWTN News



Daniel Burke

La red de medios religiosos EWTN Global Catholic Network (EWTN) nombró a Daniel A. Burke como nuevo presidente y director de Operaciones de EWTN News, en vigencia desde el 17 de agosto. Burke, quien ha estado sirviendo como director ejecutivo del Registro Católico Nacional de EWTN, supervisará y dirigirá las actividades de las operaciones de noticias globales de la red, que incluyen EWTN News Nightly con Lauren Ashburn, The World Over with Raymond Arroyo, EWTN Pro-Life Weekly, Force for Good, y el grupo de producción de noticias de Washington, así como The National Catholic Register, la Catholic News Agency, ChurchPop, el ACI Group y la Oficina del Vaticano de EWTN. Los 11 canales de televisión de EWTN se transmiten en múltiples idiomas las 24 horas del día, los siete días de la semana, a más de 275 millones de hogares en más de 145 países y territorios. Las plataformas EWTN también incluyen servicios de noticias electrónicas e impresas, incluida la Catholic News Agency, el periódico "The National Catholic Register" y varios servicios mundiales de noticias.

a

agenda

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

2019

Enero

22 al 24
Natpe Miami
Hotel Fontainbleau
Miami Beach
Web: www.natpe.com

Febrero

26 al 28
Andina Link
Centro de Convenciones
Cartagena- Colombia
Web: www.andinalink.com



Asociación Argentina de Televisión por Cable

Editor Responsable
Walter Burzaco

Registro de la Propiedad Intelectual
N° 357.428

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

Directora:

Graciela Leombruni
Redacción, comercialización y administración:
R. Gutiérrez 4512 - 1° "B" - 1419
Bs. As. - Argentina
Tel: 54 -11- 4502-7052
Email: gleombruni@visiongrafica.com
Año: 2018
Nro. 233



PARA VER A ESTOS LÍDERES CON VISIÓN DE FUTURO, HAY QUE PLANEAR CON ANTICIPACIÓN. ¡ES EL MOMENTO DE INSCRIBIRSE!

PANEL DE APERTURA DE LA SESIÓN GENERAL



Phil McKinney
 Presidente y CEO
 CableLabs



Michael Powell
 Presidente y CEO
 NCTA



Mark Dzuban
 Presidente y CEO
 SCTE · ISBE

EXPOSITOR MAGISTRAL



Pat Esser
 Presidente
 Cox Communications

¡Más de 100 conferencistas! **¡Más de 40** talleres! **¡Más de 400** compañías expositoras! **¡Más de 60** países representados!

Venga al evento de telecomunicaciones por cable más grande de Norteamérica y el epicentro del pensamiento innovador. No se pierda el panel de apertura de la sesión general, titulado "Un circuito integrado: Cómo cerrar los eslabones entre innovación, despliegue y ROI" el martes 23 de octubre. El panel será moderado por Tony Werner, presidente de Tecnología y Productos de Comcast Cable.

El expositor de la apertura de la sesión general, Pat Esser, presidente de Cox, hablará sobre cómo la innovación en los productos y la excelencia en el servicio están ayudando al cable a capitalizar nuevas oportunidades en un mercado en rápida evolución.

¡Su visión del futuro lo espera!



Kevin Hart
 VP Ejecutivo y
 director de Productos
 y Tecnología
 Cox Communications



¡INSCRÍBASE YA Y AHORRE!

expo.scte.org #cabletecexpo

SCTE · ISBE

scte.org · isbe.org

¡Disfruta con nosotros!

infantil

ficción

entretenimiento

información

clan

star
tve

tve

24h



Los mejores canales de España para toda la familia.

rtve

www.rtve.es/comercial/