



Asociación Argentina
de Televisión por Cable



Jornadas Internacionales

50 años de aporte al desarrollo
tecnológico del país

Entrevistas:

Alejandro Kember
David Royle
Miyuki Nomura

Eventos:

Caper Show
Chile Media

Programación:

Nuevos contenidos
y extrenos

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, Gerente Comercial
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



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 - GEMCI



Mensaje del Presidente

Hace más de cincuenta años, cuando en el interior del interior nació la industria de TV por Cable, era imposible imaginar a dónde íbamos a llegar.

De aquel grupo disperso de pioneros que comenzó a buscar la forma para dar televisión, casi sin conocerse entre ellos, nació una industria que ahora lleva entretenimiento, cultura, comunicación y conectividad a todos los rincones de Argentina. Sin duda que en la génesis del sector intervino el compromiso con las localidades. Sin duda que también fue determinante el empeño de invertir a riesgo, sin prebendas y sin reconocimiento regulatorio. El tiempo y la necesidad nos llevaron a organizarnos. A reunirnos para dar batalla por nuestros derechos, que no eran más que los derechos de nuestros clientes. Argentina llegó a ser, por razones propias, el segundo país en penetración de TV por Cable. Esa evolución fue un factor de integración nacional y un puente al futuro. De la enorme inversión en redes, siempre actualizadas con la última tecnología, y de la necesidad de competir con actores incumbentes, nace y madura un despliegue que da acceso a Internet en buena parte del interior del país. Aún en tiempos de crisis la industria sin chimeneas del Cable siguió adelante, dando servicio y trabajo de alta calificación. Miles y miles de trabajadores son auténticos testigos de lo que decimos.

La infraestructura de nuestras redes no se prende y se apaga, ha llevado años de construcción. La Red Alternativa, sobre la que hemos hablado a lo largo de los años, creció a partir de reinvertir en forma constante, dando acceso a la información a través de 700 canales locales, llevando educación y aportando externalidades económicas a todo el país.

Un claro ejemplo es la Red Intercable que en estos días festeja sus 20 años de progreso. Son un paradigma del esfuerzo de los pioneros y de continuidad en la inversión. Una red de PyMEs que brindan servicio en más de 500 localidades de las provincias argentinas.

Era impensado que esta industria nacional hoy se consolidara incorporando uno de los grandes actores, a partir de una fusión. Y ese no es un logro individual, es un logro del sector y seguiremos trabajando en armonía y colaboración.

La evolución de la tecnología, los cambios de hábitos de consumo y las exigencias de los clientes, marcan el sendero a seguir.

Debe ser hoy la convergencia, de cara al ciudadano, la que determine las normas y regulaciones. Deben eliminarse los obstáculos o preconceptos que limiten el desarrollo y el uso de las comunicaciones y las tecnologías de la información.

Acompañando esta perspectiva están las redes que originó el Cable. Son vitales para dar acceso ya mismo, y lo serán mañana, cuando se implementen tecnologías como el 5 G.

Queda mucho por hacer, y encontramos en el intercambio y el aporte conjunto, las herramientas para seguir avanzando. Para darle al país los instrumentos que necesita para que su potencial intelectual y económico se desarrollen. Para que el Estado, las instituciones y los ciudadanos, cuenten con los elementos necesarios para mejorar su vida, dar más servicio y construir mayor transparencia.

Con orgullo, con emoción y con satisfacción, podemos afirmar que llevamos más de cincuenta años aportando al país, afirmando las identidades, desarrollando la cultura nacional y construyendo el puente hacia un futuro en constante evolución.

El Cable y una nueva etapa: un futuro de oportunidades y certidumbres reglamentarias



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

Walter Burzaco, Andrés Ibarra y Sergio Veiga, en la apertura de Jornadas, enfatizaron la importancia del Cable, la necesidad de generar políticas que le den certidumbre a sus actores y el impacto en las comunicaciones de las nuevas tecnologías.



Las Jornadas Internacionales tienen todas las características para ser la caja de resonancia de lo que sucede en el mercado del cable, y por extensión, de todo lo que sucede en las diferentes variantes de televisión de pago, incluido el revolucionario streaming.

Con natural expectativa, al estar en el umbral de una nueva era para el negocio, gran parte del colectivo cableoperador asistió a la expoconferencia del Hilton Hotel de Puerto Madero. La oportunidad justificaba esa presencia.

Las fronteras del cable, que hasta no hace mucho tiempo planteaba debates solo en los intramuros del mercado, ya no serán lo que fueron. Estas jornadas lo han expuesto claramente al comenzar a abrirse a una realidad indiscutible: los operadores de cable se convierten oficialmente en actores de las telecomunicaciones integrales y los principales players de las telecomunicaciones, hasta ahora inhibidos, tendrán abierta la puerta para ser también operadores de la TV paga tradicional. Ese patio ahora grande construido por los pioneros del cable dejará de tener divisorias.

Más allá de los desequilibrios que generará este libre juego, hay en esa caída de fronteras una confluencia. Y en esa confluencia hay desafíos comunes, oportunidades comunes y también problemas comunes.

El cónclave de apertura y varias de las exposiciones del segmento conferencias de ATVC sobrevolaron tanto los



Acto de Apertura

aspectos críticos de coyuntura como también las grandes oportunidades que ofrece el mercado pese al escenario problematizado por la situación económica del país.

En el evento de presentación de la expo, Walter Burzaco, presidente de la ATVC, tras recordar cómo se cimentó la industria del cable nacional, eligió destacar enfáticamente en su discurso dos cuestiones centrales, que él llamó “dos problemas de coyuntura: las cargas impositivas que soporta el sector y la piratería.

“Argentina todavía se muestra como un país con una importante presión tributaria. Pero nuestro sector está bastante más allá del promedio. Tenemos la presión de las sociedades de gestión colectiva por temas autorales, que quieren sacar más ventajas y pretenden inventar nuevas cargas. Están también las tasas específicas de servicios TIC y las municipales. Al mismo tiempo, penamos con los vaivenes macroeconómicos que no favorecen las inversiones en tecnología de punta, que aún pagan impuestos suntuarios y aranceles de impor-

tación”, planteó, subrayando a continuación que una solución para esa presión redundaría “en inclusión, mayores inversiones, mejores servicios y más trabajo”.

El otro gran problema subyace y amenaza con agigantarse, apalancado por las nuevas tecnologías.

“La piratería es el otro gran obstáculo. Con la evolución de la tecnología se generan delitos más sofisticados, relacionados

con la emisión online de contenidos mal habidos, como: cine, series, deportes. Mientras tanto, todavía perduran en el interior piratas zonales que instalan el ‘plan vecino’, distraendo al prestador satelital y perjudicando al cable local”, subrayó el presidente de la ATVC. Burzaco remarcó las dificultades pero también abordó el futuro que se le abre a la industria con el cambio de paradigma.

“La evolución de la tecnología, los cambios de hábitos de consumo y las exigencias de los clientes, marcan el sendero a seguir. Debe ser hoy la convergencia, de cara al ciudadano, la que determine las normas y regulaciones. Deben eliminarse los obstáculos o preconcepciones que limiten el desarrollo y el uso de las comunicaciones y las tecnologías de la información. Acompañando esta perspectiva están las redes que originó el Cable. Son vitales para dar acceso ya mismo, y lo serán mañana, cuando se implementen tecnologías como el 5 G”, apuntó, alabando las condiciones actuales de previsibilidad para el

ORIGINAL
FASCINANTE
ENTRETENIDO
DIFERENTE
ADICTIVO
PARA TI

AMC NETWORKS™
INTERNATIONAL

LATIN AMERICA



SUNDANCE TV



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

negocio.

"Celebramos la evolución normativa que ha regido el accionar de este gobierno desde sus comienzos, y el nivel de diálogo existente con todas las autoridades. Podemos destacar que ese diálogo no ha tenido exclusiones: los grandes, medianos y pequeños actores han sido escuchados y contemplados en cada instancia"

Andrés Ibarra: "La industria del cable es un aliado fundamental del Estado para conectar a todos los argentinos"

Precisamente en la misma línea del cierre del discurso de Burzaco, estuvo el del representante oficial del gobierno nacional en la apertura de las Jornadas.

El vicejefe de Gabinete y Secretario de Modernización, Andrés Ibarra, valoró lo hecho por el cable al crear una infraestructura clave para el desarrollo nacional.

"La industria del cable es un aliado fundamental del Estado para conectar a todos los argentinos. Nosotros estamos generando las condiciones para favorecer las inversiones necesarias," destacó el funcionario.

"Hoy el mundo está ante una verdadera revolución digital y los servicios de telecomunicaciones van hacia un modelo convergente. Queremos un mercado de telecomunicaciones competitivo, con una mirada del siglo XXI, donde diferentes operadores puedan competir de modo eficaz para ofrecer a las empresas y las personas conectividad de calidad a un precio accesible. Todos los presentes somos parte de un ecosistema que debe llegar a un nivel de convergencia que incluya a todos sus componentes: fibra óptica, televisión por cable, telefonía móvil y telefonía fija, al servicio de la conectividad"

Sergio Veiga, presidente de Cappsa, también parte de la mesa de apertura, centró su exposición en el especial momento que viven las comunicaciones del país.

"El sector de 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 y a una mayor accesibilidad a los contenidos. Es en este proceso en el que nuestra industria está más viva y activa que nunca 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. Una industria que llegó a ser líder en la región y a generar miles de puestos de trabajo"

El presidente de CAPPSSA reconoció que la inversión y el desarrollo tecnológico tienen su lado *"no tan bueno porque conllevan el crecimiento de una amenaza como lo es la piratería de contenidos y recalcó la necesidad, como sector, de una normativa que castigue fuertemente estas prácticas y las combata con eficiencia"*.

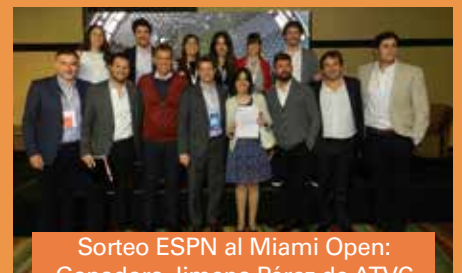
En síntesis, el sector del cable ingresa a una nueva etapa y requiere reglas claras. La disposición gubernamental en ese sentido ha sido enfatizada por Ibarra. También lo hizo Burzaco. Urge que esa disposición se haga efectiva y se extienda a todo el país en las horas de inicio oficial de una nueva etapa, ahora sin fronteras.

Veiga puso el acento en el impacto positivo de la tecnología en el desarrollo de las comunicaciones y también en las posibilidades que le ofrece ese mismo progreso de la tecnología a los piratas.

Como es habitual, y en paralelo con la exposición, se dictaron las conferencias Académicas, las Técnicas, la de la SCTE/ISBE y los workshops técnicos. Las conferencias Académicas tuvieron como base el futuro de la industria ante la convergencia. "Los cambios tecnológicos y regulatorios dan respuesta a las demandas y cambios de hábitos de uso de la sociedad. Cómo se piensa el sector ante este nuevo escenario de exigencias y protagonismo en el desarrollo social, económico y educativo."



Almuerzo de camaradería: SCTE - ATVC



Sorteo ESPN al Miami Open: Ganadora Jimena Pérez de ATVC



**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

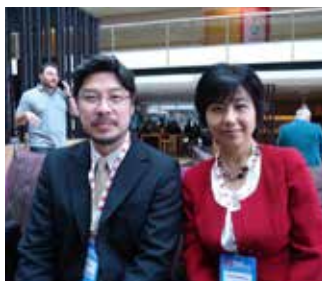
3 DE FEBRERO 312
S2000BKH ROSARIO. STA FE. ARG.
TEL. +54 341 425 0040
INFO@BCD.COM.AR

HTTP://
BCD.COM.AR

GALERIA DE FOTOS



Marcelo Bresca, Carlos Granzotto y Diego Torregrosa



Marcelo Hosokawa y Miyuki Nomura de NHK World



Maria Dominguez de Telearte



Mariano Surghy, Carolina Swier y Gustavo Villegas de OVIX



Mauro y Mario Grossi de ReporTV



Miguel Freitag de IP Services



Moisés Chico, Alejandra Olea, Susie Verdes ,Marie Lepage y David Purdy de Stingray



Carlos Martínez, Loreto Gaete y Javier Figueras



Mónica Barrios y David Royle de Smithsonian Channel y Mariana Galesi de Castalla



Pablo Scotellaro de Certal, Alberto Nowinski de Cablenet y Rodrigo Varela de Tractotal



Pablo Vargas y Claudio Baglietto de ACONTECEM



Patricia y Nico Strumbo con Leandro Gómez de EXO



Raúl Orozco de AMT



Satff de Network Broadcast



Sergio Canavese de Discovery y Osvaldo Egurza de Red Intercable



Staff de HITECNO



Staff de HotGo



Staff de Toolbox



Washington Melo y Luis Fernández Zunin de CUTA

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, 48/54 dBmV con retorno DFB 1 o 2 mW / Opciones Low-Mid-High Split



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



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.



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

El impacto tecnológico en la piratería y el futuro de la TV bajo debate

Durante el primer día de Jornadas Internacionales CAPPSA impulsó una Conferencia de Antipiratería, seguida por un Foro sobre el Futuro de la TV. En la tarde del segundo y último día presentó sus ya clásicas conferencias en las cuales ejecutivos de señales asociadas exponen sobre temas de actualidad en la industria.



Antipiratería: Un problema exacerbado por la tecnología

De la conferencia participaron Belén Piñeiro, Counsel Anti Piratería de Fox Networks Group; Jorge Bacaloni, Counsel de Turner International Argentina (expusieron en conjunto ya que están asociados en la comercialización del fútbol en Argentina, uno de los principales contenidos pirateados); Sergio Piris, Gerente de Asesoría Penal y Delitos Tecnológicos de Telecom Argentina y Guillermo Davin, Gerente de Red Intercable. Entre los principales temas que se abordaron estuvo la necesidad

de educar y concientizar sobre la piratería y la necesidad de una legislación acorde sobre este tema que avance a la par del desarrollo tecnológico. Sergio Piris de Telecom se explayó sobre los tipos de conexiones ilegales y la piratería online y remarcó la necesidad de tener una legislación que acompañe esta lucha en la que pierden todos en la industria. Por su parte, Guillermo Davin de Red Intercable enfatizó en el hecho de que para los cableoperadores Pymes la piratería se traduce en pérdida de abonados, menor renta-

bilidad, menor inversión en tecnología. Los ejecutivos de Fox y de Turner remarcaron la importancia tanto de educar como de legislar. Ambos también estuvieron de acuerdo con que los focos de piratería están dados en la retransmisión ilegal por parte de operadores y la piratería en línea (RRSS, Web, Apps e IPTV).

El futuro de la televisión bajo discusión

Felipe de Stefani, de Turner International Argentina, Javier Figueras de HBO Latin American Group, Alejandro Kember de AMC Networks International y Sergio Veiga de Fox Networks Group fueron invitados a debatir sobre el presente y futuro del consumo de contenidos y el cambio de paradigma que la nueva escena está planteando en la industria.

De Stefani destacó el hecho de que la tecnología ha tomado vida propia y que rige las tendencias del consumo humano. El ejemplo expuesto: el fenómeno de contenidos on demand. "Estamos entrando en un nuevo paradigma del consumo lineal al on demand y además todo compite con todo y esta competencia es ahora por la atención. La contradicción de esto es que la gen-



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 - MARCIA BONINI - MARCIA@CONDISTA.COM
SUDAMÉRICA - SABRINA CAPURRO - SABRINA@CONDISTA.COM
VENEZUELA - ZULAY ANZOLA - ZULAY@CONDISTA.COM

te cada vez ve menos cosas”.

Según su visión, *“los grandes se vuelven más grandes y los chicos cada vez más chicos. Esto lo vemos en compañías grandes que compran todo el mercado y en el nivel de consumo de los jóvenes, quienes están cada vez más enfocados en la experiencia y menos en las posesiones”*.

Para Javier Figueras, *“la evolución de la TV Paga no ha dejado de existir y va de la mano con la tecnología”*. No obstante, recalcó que la piratería es muy preocupante para el futuro de la televisión; *“Si el Estado no da respuestas concretas y rápidas ante la piratería de contenidos hay poco futuro para la TV”*, alertó el ejecutivo de HBO.

En la misma línea del resto de los di-

sertantes, Kember sostuvo que el cambio por el que atraviesa es cultural y profundo y enfatizó en la importancia del contenido más allá de su vehiculización y señaló: *“Como industria tenemos que ofrecerle al suscriptor lo que está buscando. Siempre que sean contenidos relevantes habrá consumo lineal y no lineal”*.

En relación a las OTT, Veiga señaló que no las ve como una amenaza, *“En lo que nos tenemos que enfocar y hacer expertos es en quiénes nos están viendo para generar eficientemente lo que nos están pidiendo. No lo veo como amenaza, sino como un desafío”*.

Conferencias Segundo día

Por la mañana el equipo de Telefe/Viacom - Andrés Perdiguero por Nickelodeon Latinoamérica, Ignacio Legeren, por MTV & Paramount Channel LATAM, Florencia Costantino por Telefe y Fernando Fratantoni por Comedy Central- expusieron sobre la fuerza de sus contenidos. Durante la tarde, antes de que Pablo Stecco de ESPN presente las novedades de la señal y comience una entrevista al ex capitán del equipo argentino de tenis en la Copa Davis,

Daniel Orsanic, Felipe De Stefani compartió un análisis de las empresas que funcionan como plataformas multiservicios.

Entre otras cosas, el ejecutivo de Turner remarcó el hecho de que la tecnología ha tomado vida propia y que la proliferación de dispositivos conectados genera una batalla por la atención de los usuarios, *“La batalla hoy es por la atención. Se da dentro de una paradoja increíble donde la gente ve cada vez menos cosas. Los medios del futuro no son como nosotros nos los imaginamos e incluyen más a la gente. Nosotros creamos el contenido y lo damos a la gente. Tenemos una modalidad push: construir relaciones para generar transacciones. En cambio las plataformas piensan de otra manera... piensan “posibilito la creación de valor desde la creación de la plataforma” y es el usuario co-creador del contenido”*. Y finalizó: *“Estas organizaciones exponenciales tienen ideas como: interfaces, experimentan, interacción social y autonomía. Y tienen escala que incluye: personal a demanda, comunidad, algoritmos, apalancamiento de activos y engagement”*.



Dos proyectos en curso



La Cámara Uruguaya de Televisión por Abonados se encuentra involucrada en dos iniciativas que buscan darle un valor agregado a sus asociados.



La Cámara Uruguaya de Televisión por Abonados (CUTA) cumplió en agosto pasado 22 años de defensa y de apuntalamiento de la televisión de pago en el país. En el acto de celebración, realizado en el Salón del Club de los Industriales, en la Cámara de Industrias del Uruguay, en Montevideo, el presidente de la entidad, Washington Melo, destacó los logros de la industria en este lapso y cada uno de los desafíos que tienen los operadores en plena revolución digital. También remarcó la importancia de la fibra óptica en el desarrollo del empresariado del sector, especialmente para aquellas empresas de pequeño porte.

“La fibra óptica instalada por Antel ha sido determinante para la supervivencia de las pequeñas empresas”, destacó. También le dio especial relevancia



Washington Melo y Luis Fernández Zunin de CUTA

a la defensa de la competencia con la que cuentan en el país, garantizada por la ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Recientemente, el presidente de CUTA

había adelantado que tenían dos proyectos en curso, ambos tendientes a darle un valor agregado a sus asociados: el lanzamiento de un canal propio de la Cámara, Cardinal TV, con producciones generadas por los asociados, incluyendo un noticiero creado desde las distintas localidades atendidas por los operadores de la entidad, y otra iniciativa, el lanzamiento de Cable Play, una plataforma de TV Everywhere, desarrollada junto a GC Vison, que permitirá a 250 mil suscriptores atendidos por 74 operadores socios acceder a señales y contenidos por streaming. Este proyecto ya comenzó con los servicios de FOX y de Crackle, el OTT de Sony. Además, el 9 de Noviembre realizarán la entrega de sus tradicionales premios.

CMP100

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 Cabezas Digitales consúltenos.



Principales Marcas que Comercializamos

sencore

SONY

Blackmagic design



Tektronix

3Way

RIEDEL

LINE
TOSTIC

Quantum



aws elemental



GALERÍA DE FOTOS



Cableoperadores uruguayos y argentinos



Televisa en Jornadas



Nicolás Molinari



El equipo de SATSAID



Jorge Gutiérrez de TV
AZTECA



Carlos Romo y Agustín Pérez de
WIRETECH



Staff Disney / ESPN



Christian Vanzini y Gerardo Cantón
de AMC



Hernán Chiofalo y Brenda Villegas de TyC
Sports con Carlos Cabrera de CISNEROS



Henry Okomura, Ignacio Guido y Jorge Vargas



Willie Hernández y Hortensia Espitaleta



Juan José Licata y Eduardo Stigol de Inter rodean a
Miguel Clutterbuck de Artear



Juan Manuel Betancor y Brenda Villegas
de TyC Sports



Julio César Gómez de DHE y Agustín
Vigil, de Claro



Las "chicas" del cable



Luis Fonseca y Franchesca Sánchez de
THEMA



Luis Nogaró de Turner



Ma. del Pilar Orge y Ricardo Solari de CAPER



Ma. Victoria Riva y Eric Cremer
de RFI / France 24

LAS MEJORES SEÑALES PARA TUS SUSCRIPTORES

**Claro⁺
sports**

LA EXPERIENCIA MÁS COMPLETA
PARA LOS AMANTES DE LOS DEPORTES



MC+D

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



**M3
MULTIPREMIER**

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



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](https://www.facebook.com/marketingMVS) | [marketingMVS](https://www.instagram.com/marketingMVS)

www.mvs-marketing.com

Red Intercable festejó sus 20 años

En 1998, una importante cantidad de cableoperadores independientes decidió unirse en un grupo comprometido con la autonomía local, la calidad del servicio, la innovación tecnológica y la satisfacción de sus abonados.



La 28ª edición de las Jornadas Internacionales tuvo un acontecimiento especial, que incluyó una festiva velada en Puerto Madero, con cientos de invitados de la industria.

La Red Intercable brindó por sus dos décadas, siendo el paradigma al esfuerzo de pioneros en la industria de TV paga y la continuidad en la inversión, ofreciendo servicios en más de 560 localidades. Hubo reconocimiento varios, como el de Satsaid para la Red Intercable. También homenajes a hombres de enorme valor en la historia del grupo, como José "Pepe" Toledo y Héctor Delloni. En emotivos recordatorios, sus hijos reci-

bieron plaquetas conmemorativas.

Las raíces de Red Intercable están vinculadas al origen mismo de la televisión por cable en la Argentina, en la década del 60.

La visión y el empuje de pequeños emprendedores del interior del país que, con riesgo y esfuerzo, desarrollaron las redes en localidades alejadas de las grandes capitales a las que no llegaba la televisión por aire, fueron los pilares de la industria hoy ya desarrollada.

En la década del 90, impulsada por las distintas asociaciones provinciales, surge una organización de cableoperadores que agrupaba tanto a los mayo-

res operadores de la Argentina como a pequeños sistemas de Televisión por Cable.

Con esa agrupación como antecedente, en 1998, durante uno de los procesos de concentración que se dieron en el país, los operadores de cable independientes crearon Red Intercable, una nueva empresa comprometida con la autonomía local, la calidad del servicio, la innovación tecnológica y la satisfacción de sus abonados.

A dos décadas de su nacimiento, la Red mantiene en alto sus objetivos:

- Contribuir a Mejorar la calidad de servicio de las empresas integrantes y, en consecuencia, lograr un mayor grado de satisfacción en el usuario.
- Realizar gestiones comerciales en todas las áreas de interés del conjunto de empresas, posibilitando una mejora constante de su rentabilidad.
- Explorar, seleccionar e incorporar nuevas opciones de negocios, generando sinergia con la actividad primaria.
- Representar al empresariado pyme de Televisión por Cable en la arena local, nacional e internacional.
- Defender los derechos de los cableoperadores integrantes ante todas y cada una de las organizaciones que puedan tener injerencia en la industria de la Televisión por Cable.



Carlos Moltini de Telecom, Sergio Veiga de Fox, Sebastián Pierri de Telecentro, Gonzalo Hita de Telecom y Carlos Martínez de Fox en los 20 años de Red Intercable



Los hijos de Héctor Delloni y José Toledo recibieron plaquetas conmemorativas



Jorge Di Blasio



www.networkbroadcast.net

**SOLUCIONES
TECNOLÓGICAS
QUE MAXIMIZAN LA
EXPERIENCIA
DEL USUARIO.**



DVB



IPTV



OTT



CLOUD

Encoders • Transcoders • CAS • DRM • Moduladores • MUX
Middleware • CDN • OTT • Servicios en la Nube • STBs

Y más...

Argentina: (+54) 11 527311 - Costa Rica: (+506) 40100525 - Colombia: (+57) 15 086526
Brasil: (+55) 11 4680 4548

GALERÍA DE FOTOS



Alejandro Mirsky, Diego García Mac Dougall y Marcelo Juárez de Supercanal



Carlos Boshell, Marianela Silveira, Dniel De Simone, Matilde de Boshell, Jorge Tatto, Fernanda Merodio y Mar Martínez - Raposo



Carlos Fridman de TyC Sports, Carlos Boiero de Red Intercable, Hernán Chiofalo y Julio Franco de TyC Sports



Carlos Moltini, Adriana Medici y José Lladós



DAC en Jornadas



Daniel Orsanic, Sebastián López y Pablo Steccp



Daniel Otaola y Julieta Falguera de Viacom /Telefe



Daniel Umansky y Claudio Pannunzio



David Ecker, Sylvia Viljoen y Heiko Stolze de Deutsche Welle



Equipo de Discovery Networks Latin America con Edgar Welker de Cable Plus



EWTN presente en Jornadas



Felipe De Stefani y Carlos Cordero



Gonzalo Arrisueño de Telefónica junto a Guillermo Hidalgo de INTI



Gustavo Mónaco y Florencia Tamame de Crackle Latin America



Hugo Caudet de Viditec



Javier López Casella de Zee Mundo



Joel Barradas y Gonzalo Sternberg de HBO



Jorge Di Blasio, Luis Nikiel y Armando Ametrano de RED INTERCABLE



Jorge Schwartz y Diego Puente de TV CABLE - Ecuador



**PODDELEER
DEL VIVO**

ventasafiliadosla@espn.com / espnsuradsales@espn.com



Los planes de expansión del Smithsonian Channel

"Además de ampliar los canales de distribución, espero que pronto también podamos anunciar nuevas producciones locales", destacó David Royle, de Smithsonian Networks.



Jornadas Internacionales fue la primera gran vidriera para el Smithsonian Channel en América del Sur. Lanzado en América latina a través en DirecTV en Mayo de este año, el canal pudo lucir en la expo argentina su contenido factual -ofrece una visión entretenida sobre temas populares como el aire y espacio, historia, ciencia, naturaleza y pop culture- producido íntegramente en 4K. La señal, parte de Smithsonian Networks, una iniciativa entre Showtime Networks Inc. (subsidiaria de CBS Corporation) y la Smithsonian Institution, distribuido en la región por Castalia Communications, se ha mostrado decidida a no ser solo un player más en el competitivo segmento del factual.

David Royle, Executive VP y Chief Programming Officer de Smithsonian Networks define al Smithsonian Channel

como "Un canal inusual porque es comercial pero parte de una institución sin fines de lucro. Nuestra misión es hacer que nuestro contenido esté disponible para la mayor cantidad de gente a través de la mayor cantidad de medios. Considero que Smithsonian Channel es más que un canal, es una suerte de intercambio cultural." Y enfatiza: "Somos especiales porque somos entretenimiento pero siempre sostenido por lo factual. Al mismo tiempo no sobredimensionamos lo intelectual, y creemos en la importancia de contar grandes historias con una excelente calidad audiovisual"

Royle subrayó una y otra vez que el arribo del canal a la región no tiene solo el interés de la distribución. "Además de ampliar los canales de distribución, espero que pronto también podamos anunciar nuevas producciones locales. En cuanto a Argentina, acabamos de lanzar una serie de Los Andes realizada por un director chileno, pero la idea es incorporar cineastas argentinos para



David Royle

las próximas producciones que realicemos en el país, siguiendo el modelo que aplicamos en Brasil y México."

En concordancia con lo manifestado por el ejecutivo acerca de la expansión de la señal de la Institución de Washington en América Latina, vale destacar que desde principios de octubre Smithsonian Channel resalta la labor de algunos de sus curadores y expertos, varios de ellos de origen latinoamericano, y otros que trabajan con colecciones dedicadas a personajes y temáticas de la región, con una serie de cortometrajes de dos a tres minutos de duración. Países y regiones representados en los cortos incluyen a Argentina, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Perú, Puerto Rico y Venezuela.

La evolución de Turner Latin America

A la experticia en la creación de canales, ahora la empresa le suma su nueva condición de productor multiplataforma.

A un año de la apertura del nuevo departamento de producción integral de Turner Latin America, la empresa ha evolucionado de su condición de creador de canales y distribuidor de contenidos para ser también un gran productor multiplataforma en la región. En la realización de formatos de ficciones, programas de entretenimiento, deportes y transmisiones de eventos en vivo, se ha involucrado la compañía con esta nueva división.

Según la compañía, lleva más de 9.500 horas realizadas en menos de un año para sus marcas de Entretenimiento General, Chilevisión y producción para terceros. Con este nivel de producción,

Turner Latin America considera que su nueva estrategia de producción de contenidos originales ha quedado consolidada.

"La producción de contenidos originales de alta calidad es un pilar esencial de nuestro negocio. Es así que en menos de un año hicimos una transformación estratégica dentro de la compañía y pasamos de ser distribuidores y packagers a convertirnos en una productora integral de contenidos. Si bien seguimos comprando películas y series destacadas a grandes estudios de Hollywood, decidimos apostar por la producción propia ya que nos posiciona mucho mejor en una industria en la que el conte-

turner

nido tiene un valor superlativo y es el diferencial a la hora de pensar en estrategias multiplataforma, controlando los derechos de propiedad intelectual", dijo Tomás Yankelevich, EVP & Chief Content Officer, General Entertainment de Turner Latin America.

Desde julio del año pasado, el grupo ha realizado más de 700 horas de entretenimiento general y ficciones, sumando los trabajos realizados tanto para las propias marcas como para terceros.

Solo el canal abierto Chilevisión, Turner generó más de 5.700 horas de contenido propio, y en deportes, en Argentina con TNT Sports, más de 3.200 horas de programación. Para 2022 la expectativa es cuadruplicar la producción actual de ficción y entretenimiento en cantidad de horas y proyectos.



Antena 3



A3S
ATRESERIES



¡HOLA! TV



A3CINE



LA TELEVISIÓN QUE NOS UNE

ATRESMEDIA
INTERNACIONAL



www.atresmediainternacional.com

CAPER cumplió 30 años

La Cámara Argentina que nuclea a los fabricantes e integradores de Equipamiento para la Industria Audiovisual Profesional conmemoró en septiembre sus tres décadas.



CAPER nació en el año 1988 como la "Cámara Argentina de Proveedores y Fabricantes de Equipos de Radiodifusión" nucleando aquellas empresas que suministraban equipamiento para Radio y Televisión Abierta.

A lo largo de estos 30 años, la Cámara acompañó las grandes transformaciones de la industria, incorporando primero equipos y servicios para la TV por Cable y la TV Satelital, y luego para las nuevas plataformas que han ido surgiendo a lo largo de estos años, así como también para estudios de cine, salas de espectáculos, shows al aire libre, teatros, iglesias, auditorios corporativos y discotecas, entre otros. Es por ello que hoy en día CAPER se identifica como la "Cámara Argentina de Proveedores y Fabricantes de Equi-

pamiento Audiovisual Profesional"

Uno de los objetivos de su creación fue conseguir la actualización de partidas arancelarias que resultaban obsoletas frente a los constantes avances tecnológicos. Como resultado, a mediados de la década del '90 surgieron las partidas arancelarias de los capítulos 8525 y 8543 tal como se conocen y se utilizan aún en la actualidad. Otra de las áreas en las que su trabajo resultó histórico y decisivo fue en el área de Seguridad Eléctrica. La gestión de la Cámara en este tema data del año 1998, cuando se dictó la primera resolución que, tal como había sido sancionada, creaba gravísimos problemas para la importación, exportación y comercialización en general de los equipos profesionales, ya que se les exigía el mismo tipo

de testeo que a un producto de uso doméstico

Asimismo, al momento de su creación, CAPER apuntó a organizar una Exposición de carácter internacional que fuera punto de encuentro para toda la industria y que presentara en el país el equipamiento de vanguardia que, hasta ese momento, sólo podía verse en las grandes exposiciones del exterior.

Este año, CAPER Show celebra 27 ediciones anuales consecutivas, habiéndose convertido además en un ámbito de capacitación, debate y networking para empresas, profesionales, técnicos y estudiantes de la industria.

Nuevo formato de capacitación se estrena en CAPER 2018



Por primera vez el Caper Show ofrece Talleres de Capacitación arancelados a cargo de empresas expositoras.

CAPER Show 2018 llega nuevamente a Costa Salguero del 24 al 26 de octubre con más de 60 empresas expositoras-12 de las cuales lo hacen por primera vez, e incorporando capacitaciones técnicas intensivas aranceladas.

Se trata de "El desafío de la integración y medición en la TDT", programado para el día previo a la apertura de la muestra, a cargo de Videoswitch. El objetivo de este taller de una jornada completa de duración, ha sido el de brindar los conocimientos básicos que permitan comprender la cadena de transmisión de un sistema de Tele-

visión Digital Terrestre en la norma IS-DB-Tb, presentar los distintos equipos que componen una estación de Televisión. Digital y mostrar la función que cumple cada uno. Además se harán demostraciones prácticas, realizando mediciones reales. El segundo Taller de Capacitación se denomina "FTTH: Tecnologías y diseño" y, a cargo de Comunicaciones Setetec Argentina, se llevará a cabo el miércoles 25 de octubre a partir de las 10 horas con dos bloques de dos horas de duración cada uno. En el primero de ellos se realizará una introducción al FTTH, tecnologías GPON/EPON y proyectos de redes FTTH, mientras que en el segundo se darán las claves de aprovisionamiento del servicio y configuración de equipos. Además del Programa Técnico Académico integrado por 26 Workshops que brindan las empresas expositoras, Conferencias y Master Classes que serán dictadas por los más reconocidos

profesionales de la Industria cuatro auditorios de funcionamiento simultáneo, este programa contará con dos Keynote Speakers: Skip Pizzi de NAB y Eric Wandel de IEEE.

Otra de las actividades que CAPER 2018 destaca es la Mesa Redonda "Producción y Distribución de Contenidos de Deportes en 4K HDR. La experiencia del Mundial de Fútbol Rusia 2018"

Por otro lado, se realizará la tercera edición de las Demos de Sonido al Aire Libre en la que las empresas Stanich Audio Industria y XPROSTORE podrán en funcionamiento sus equipos con el objetivo de mostrar la potencia y las características de sus productos en funcionamiento. En la edición anterior de CAPER Show, se acercaron a este espacio más de 900 personas.

El Programa Académico se encuentra disponible en la web de CAPER Show www.caper.org y en las APPs del evento disponible para Android y iOS.

Un Deporte,
una pasión!



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

Renovada y más profusa oferta de HITECNO

La empresa argentina agregó recientemente nuevos cable módems, más productos de Casa Systems, sistemas de monitoreo y plataformas óptica modular.

HITECNO, la compañía argentina que brinda soluciones tecnológicas para redes HFC/FTTH, ha agregado varias novedades a su oferta en las últimas semanas. Entre ellas se encuentra la introducción al mercado de cable módems D3.0 24x8, de la empresa HITRON Technologies, que junto a las configuraciones D3.0 8x4 y D3.1 c/ WiFi eMTA 2,4 y 5,8 Mhz. siguen distinguiendo por su calidad en el mercado.

En las recientes Jornadas Internacionales de Buenos Aires, reveló nuevos productos en su cartera de Casa Systems, empresa que la incorporó a su red mundial de distribución y comercialización. En la expo argentina, en donde las dos firmas compartieron stands, se resaltó la buena relación comercial que ya lleva cuatro años. Casa Systems, líder en fabricación de CMTS, se ha mostrado como una opción de gran confiabilidad para el operador por el nivel de su soporte

técnico y por lo que consideran una "inmejorable" relación técnica/económica. *"Sus modelos permiten agregar ancho de banda hasta la capacidad que el operador requiera"*, destacan en la empresa argentina. HITECNO junto a Casa Systems, han presentado con mucho interés el Remote Phy, la solución que junto al DPoE convivirán sobre la misma plataforma junto con el Docsis 3.0.

Otro atractivo que se está llevando las miradas en el mercado, es el Sistema continuo de monitoreo de Fuga e Ingress CPAT-Flex, de la empresa Effigis-CPAT, que ha elegido a HITECNO para la distribución en Argentina. El sistema CPAT permite al operador mantener las redes HFC libre de interferencias, detectando 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, incrementa la disponibilidad de su red y la satisfacción del abonado"*, destacan los técnicos de la compañía.

Dentro de la cartera de novedades también sobresale otra que ha tenido muy buena aceptación en el mercado: la Plataforma Óptica Modular OPTIVO, gestionable por IP, dispone de 16 Slots libres para montar Tx y Rx. *"Es muy compacta, ocupa poco espacio, y genera un gran*

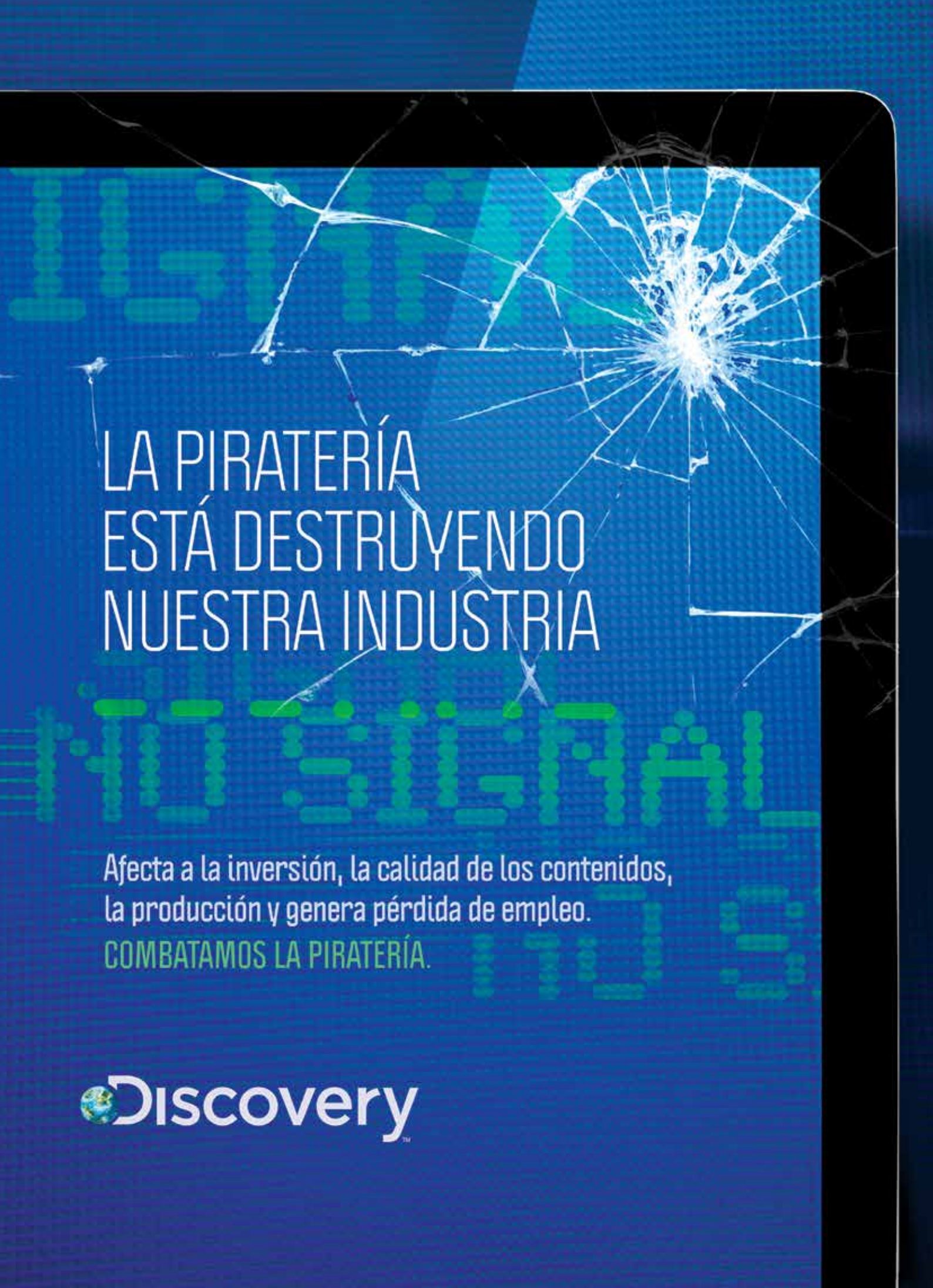


ahorro de energía, y hemos incluido los Nodos Ópticos de 2 y 4 salidas independientes con diodo Ortel, Micro-nodos para RFoG, la tecnología que permite que la red HFC funcione en forma similar a una red FTTH", explican en HITECNO.

Además, la empresa sigue comercializando los productos SignalOn y Maxnet, que ofrece conectores F y BNC, y la solución Maxnet II con conectores minicoax que son soluciones de administración de RF, y una completa línea de encoders, decoders y multiplexores para TV Digital y OTT, destacando las líneas UCrypt y Mondo, que admiten una cantidad de formatos de ingesta, salida y seguridad.

Todos ellos se agregan a los productos ATX, que ya son parte conocida dentro de la gran oferta de productos que ofrece HITECNO. En la compañía la consideran la mejor solución de gestión de RF y óptica porque facilita la organización dentro del headend y de los Hubs, *"al proveer 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"*, aseguran en la firma. *"Le ofrecemos todo lo que el operador necesita. Productos de alta calidad, al mejor precio y con la mejor financiación en pesos, desde 6 meses y hasta 36 meses"*, apuntan.





LA PIRATERÍA ESTÁ DESTRUYENDO NUESTRA INDUSTRIA

Afecta a la inversión, la calidad de los contenidos,
la producción y genera pérdida de empleo.

COMBATAMOS LA PIRATERÍA.

 **Discovery**
TM

Millicom incrementa sus intereses en América Latina



El operador internacional adquiere el 80% de Cable Onda, multioperador líder de Panamá, por U\$S 1.000 millones.



Mauricio Ramos

El operador Millicom continúa sumando territorios y peso en la televisión paga y las telecomunicaciones de las Américas. En las últimas semanas se alzó con el 80 % de Cable Onda, el mayor multioperador de Panamá, líder en TV por cable,

Internet de banda ancha, telefonía fija y servicios de telecomunicaciones B2B y dueño de un parque de suscriptores que supera el medio millón. La adquisición rondó los U\$S 1.000 millones. Millicom conectará a Cable Onda con sus principales operaciones en Colombia.

Según los responsables de la empresa internacional, con esta compra, el grupo aumenta los activos e ingresos en América Latina en más del 40 por ciento y, a la par, mejora significativamente sus capacidades B2B.

La transacción valora el 100% de Cable Onda en aproximadamente U\$S 1.460 millones. Los accionistas vendedores conservarán un 20% del patrimonio. Mauricio Ramos, CEO de Millicom, des-

tacó que la adquisición va en línea con la estrategia del grupo de aceleración del despliegue de redes de alta velocidad en Centroamérica y Sudamérica.

"Con la adición de Panamá, ahora tenemos operaciones en los países contiguos desde Guatemala a Colombia", subrayó. Para el ejecutivo chileno, es de relevancia el papel cada vez más importante de Panamá como centro de negocios para la región, además de ser un territorio con un importante grado de inversión, y una economía robusta, diversificada y dolarizada. En ese escenario, Ramos encuentra oportunidades en las tasas de penetración de los servicios digitales que son muy bajas si se la compara con la situación.

La gigante Telstra cede la propiedad a su equipo directivo

Ooyala, una líder en desarrollo de software para transmitir video online, inicia una nueva etapa, sostenida en una de las plataformas más innovadoras del mercado

Ooyala, hasta este octubre subsidiaria de la compañía de telecomunicaciones australiana Telstra, y dedicada al negocio de plataformas de video en línea y sistemas de gestión de flujo de trabajo (fundamentalmente desarrolladora de software para transmitir videos), ha cambiado de manos. Su equipo gerencial ha tomado el comando operativo y la propiedad de la empresa. La decisión de venta no ha trascendido, aunque rumores desde la casa australiana la explican por la caída "a cero" del valor de la compañía con sede en Estados Unidos.

"El equipo administrativo de Ooyala continuará con su compromiso de brindar la mejor atención al cliente, característica que los ha distinguido a nivel mundial. A través de Ooyala Flex Media Platform — plataforma líder en la industria de transmisión de video y soluciones de media—, Ooyala impulsa la cadena de suministro de contenido de las principales marcas de medios, entretenimiento, telecomuni-



caciones, empresas, broadcast y deportes alrededor del mundo. Entre los clientes de la compañía están: Audi, Chelsea FC, Dell, Liga Nacional de Rugby de Australia, PGA, Starhub, Sky Sports, Turner y Telstra", destaca el comunicado oficial sobre la operación.

Fundada en 2007 por los hermanos Bismarck y Belsasar Lepe, y Sean Knapp, la empresa fue ganando volumen gracias al capital conseguido en diferentes rondas de inversión. En 2012, Telstra estuvo al frente de una ronda de financiamiento

de US\$ 35 millones y tomó una participación del 5 por ciento en la compañía. Luego comenzó a utilizar el software y los servicios de Ooyala para entregar su contenido de televisión en línea y, además, revenderlo a otras compañías de medios y corporaciones. Invertió otros US\$ 26 millones en los años siguientes antes de anunciar en octubre de 2014 la adquisición de la firma con un 98% de participación en un acuerdo valorado en US\$ 270 millones. Bajo el paraguas de Telstra, Ooyala adquirió al proveedor europeo de tecnología, Videoplaza en 2014 y al proveedor de software de logística y flujo de trabajo, Nativ en 2015.

La operación, desvelada en la víspera, según lo aseguran sus nuevos propietarios, *"refuerza los planes de Ooyala."* La confianza está sostenida en el potencial de sus productos tecnológicos, fundamentalmente en la buena recepción en el mercado de Ooyala Flex Media Platform y en sus soluciones que posibilitan la reproducción y monetización entre dispositivos, TV-grade live streaming, gestión de contenido con base en MAM, y la creación de contenido con base en información obtenida a través de la plataforma.

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.



eltrece



VOLVER



Departamento Venta Señales 5411 4370 1395 | 5411 4339 1541



Contenidos que conectan



@ArtearMarketing

artear
www.artear.com

Gran oportunidad para NHK World

Miyuki Nomura, consultora de la señal japonesa en las Américas, subraya el impacto que puede tener el gran evento internacional en la distribución del canal en mercados como el argentino.



Miyuki Nomura

La elección de Tokio como sede de los Juegos Olímpicos de Verano y de los Juegos Paralímpicos de 2020, se presenta como una oportunidad extraordinaria para NHK World TV. La señal internacional en idioma inglés del canal japonés NHK fue creada para divulgar en todo el mundo la cultura, lugares, lengua e informar sobre los hechos y acontecimientos más importantes del país. El gran evento deportivo mundial, entonces, es una ocasión relevante no solo para su condición de canal de divulgación cultu-

ral e informativa sino también para mostrar el valor de sus producciones.

"Solo faltan dos años para las Olimpíadas, y por eso nos enfocamos en ofrecer programación que ayude a introducir Japón al resto del mundo. Esa programación está vinculada con viajes, comida tradicional, cultura, los deportes únicos de nuestro país, como el Sumo; todo lo que ayude a la gente a saber todo lo que quieran acerca de Japón, está en NHK World TV," señaló Miyuki Nomura, consultora de NHK World TV.

Respecto a la expansión del canal en América Latina, la ejecutiva hizo hincapié en la incorporación de servicios gratuitos de streaming en vivo y de VOD con subtítulos y doblaje multilingüe en seis idiomas. Recordó también que hace tres años la señal incorporó la opción del subtítulo en español en su line-up para algunos de sus programas. Apuntó, además, un dato que han relevado en estos años: los espectadores de la región están cambiando y demandan

programación de calidad. *"Los espectadores de América Latina empiezan a focalizarse en la calidad de nuestra programación, porque en general han empezado a prestar más atención a la calidad del contenido en general. También creo que hoy en día se interesan más en explorar las diferentes culturas y estilos de vida."*

Nomura remarcó en el cierre de su entrevista con Revista ATVC, cuánto puede impactar en la distribución del canal la cita olímpica. *"En Argentina el único operador que tiene nuestros canales es Telered, por lo que estamos trabajando con el resto y pienso que van a incorporar nuestras señales a medida que se acerquen los Juegos Olímpicos. NHK provee programación a canales de aire públicos de otros países de América latina, tales como México y Perú. En Argentina estamos hablando con las autoridades locales para proveerles programación para la TV Pública y para las señales de sus plataformas."*

EspnW, la nueva marca de ESPN se presenta en América Latina

Se lanzó en México y está dedicada enteramente a las mujeres amantes de los deportes.

ESPN estrena marca en América Latina. En México lanzó espnW, dedicado 24/7 a mujeres. El lanzamiento de espnW México, la primera marca de deportes que atiende a las mujeres amantes de los deportes, coincidió con la Semana de la Mujer (14 al 19 de octubre), la iniciativa anual de ESPN en apoyo a la concientización sobre el cáncer de mama.

espnW México servirá como paraguas de la marca y de las iniciativas de contenido dedicados a atraer e inspirar a las mujeres en las plataformas lineales, digitales y sociales de ESPN. Según la cadena deportiva, la novedad potenciará las voces y perspectivas femeninas en el mundo de los depor-



Julie Foudy (l), Allison Overholt, Laura Gentile, Chris Driessen and John

tes, proponiendo una combinación de historias inspiradoras de estilo de vida en torno a eventos deportivos que son importantes para las mujeres y proporcionando más cobertura a las atletas femeninas y los deportes femeninos.

"Durante generaciones, las mujeres en México han estado rompiendo barreras en el mundo de los deportes, dentro y fuera del campo. El lanzamiento



de espnW en el país es un hito importante para la marca ESPN y refuerza nuestro compromiso de servir mejor a un segmento cada vez más poderoso de nuestra audiencia," dijo Gerardo Casanova, vicepresidente y gerente general de ESPN Latin America North, Mexico and Central America.

"El éxito de ESPN en México lo convirtió en el siguiente destino lógico para la marca espnW. El poder y la influencia que los deportes tienen, y pueden tener, para las niñas y mujeres en todo el mundo están bien documentados. Esperamos resaltar la increíble narración de historias para mujeres y atletas de todo México," sostuvo Laura Gentile, VP senior de Marketing de ESPN.



23 DE JULIO

DÍA NACIONAL DEL DIRECTOR AUDIOVISUAL



1958 / 2018

ANIVERSARIO

DÍA NACIONAL DEL DIRECTOR AUDIOVISUAL
23 DE JULIO



DAC

Directores Argentinos
Cinematográficos



**BRUNO
STAGNARO**



**JORGE
BECHARA**



**LILIANA
ROMERO**



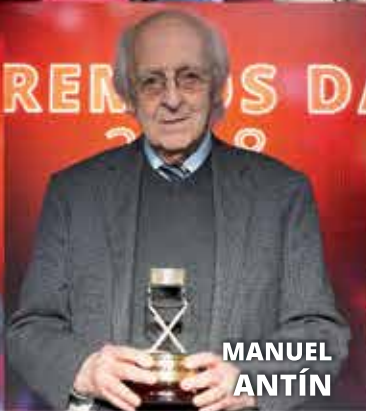
**VÍCTOR
STELLA**



**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)

Sostenido crecimiento de AMCN

Alejandro Kember, VP de Distribución y Ventas Afiliadas para América Latina de AMC Networks, considera un éxito a las recientes Jornadas y expone los planes de la empresa en la región.



Alejandro Kember

AMC Networks International (AMCNI) se ha mostrado como una de las programadoras más decididas a producir en territorio latinoamericano. El objetivo, naturalmente, es reforzar las marcas de su cartera con contenidos que le aporten una identificación local.

Jornadas Internacionales de ATVC y Capps, ha vuelto a tener como protagonista a la empresa. La razón: es una ocasión ideal para AMC Networks de acercarse a sus clientes y también ver alternativas para producir a nivel local.

"Jornadas siempre es un momento del año muy importante para nosotros, por la importancia del mercado y por lo internacional que es. Este año, la presencia de operadores fue muy buena y la posibilidad de negocios también lo ha sido", le apunta a Revista ATVC, Alejan-

dro Kember, VP de Distribución y Ventas Afiliadas para América Latina de AMCNI.

¿Cuánto han crecido sus señales en el territorio? ¿Qué respuestas tienen de las audiencias locales?

"Estamos cerrando un muy buen año 2018. La marca se sigue instalando entre el público y hemos crecido mucho en rating. En el área de distribución también nos ha ido muy bien. En el último año sumamos alrededor de 13 millones de abonados. Básicamente tiene que ver con el lanzamiento de AMC y de Film&Arts en Net Brasil y con el de Europa Europa en DirecTV."

¿Y qué hay en cuanto a producción y coproducción de la compañía en la región?

"El ADN de la compañía es la producción original. En el canal AMC la producción es más global, pero estamos explorando alternativas de producción más regional o local. En lo que es lifestyle, el Gourmet y Más Chic, la producción es más local y con talento local. Producimos alrededor de 200 horas por año para cada uno de estos canales." La digitalización, la transformación del mercado a partir de la

AMC NETWORKS
INTERNATIONAL

banda ancha, plantea a las programadoras grandes desafíos y readecuaciones a una realidad radicalmente diferentes.

¿Qué visión tienen en AMC Networks de estas transformaciones y cómo la afrontan?

"Con la revolución digital asistimos a un cambio de paradigma en relación al consumo de contenidos. En nuestro caso vemos el futuro dentro de las plataformas de los operadores. El agregado natural de contenido, sea en la forma que sea, es el operador. No imaginamos a un usuario que tenga que acceder al contenido por una multiplicidad de plataformas. Es cierto que cada vez hay más oferta de contenido, por eso es importante que las marcas estén bien definidas y sean como una suerte "curadoras" de contenido. Competimos por el tiempo que el espectador le dedica al entretenimiento, por eso el contenido tiene que ser relevante y puesto en valor, para que el usuario pueda consumirlo cómo y cuándo quiera."

Discovery, Cirque du Soleil y Cris Morena, aliados en serie para Discovery Kids



La producción juvenil "Big Top Academy" cuenta con 50 episodios

Este 15 de octubre se estrenó "Big Top Academy" por la pantalla de Discovery Kids. Esta serie de live action para niños es una producción de la señal infantil del grupo Discovery Networks en conjunto con Cirque du Soleil Images (la división de producción multimedia de Cirque du Soleil Entertainment Group) y realizada por Apartment 11 Productions en asociación con TVOkids. El show cuenta con la participación de la prolífica productora,

directora y compositora argentina, Cris Morena, como productora ejecutiva y compositora de las canciones de la serie.

Ambientada en una escuela de circo para chicos, el seriado -de 50 episodios de 30 minutos y el final de una hora- cuenta la historia de un grupo de niños acróbatas que sueñan con convertirse en artistas profesionales. La creación, la primera de tipo live-action en la historia de Cirque du Soleil, llevará a los jóvenes espectadores al colorido y atractivo universo del



Cris Morena

circo.

"Big Top Academy" ayuda a muchos niños a superarse, es muy inspiradora y tiene valores importantes de la marca como la amistad", sostuvo Michela Giorelli, VP de Producción y Desarrollo de Contenido de Discovery Latin America.

"Para mí fue muy atractivo concretar proyectos con Discovery y el Cirque du Soleil porque iba a poder soñar con crear las 12 canciones musicales, estar presente en el casting y tener la curaduría de este maravilloso proyecto", señaló Cris Morena.



Noobees

MTV unplugged

Stand - up

VIACOM INTERNATIONAL
MEDIA NETWORKS

LA FUERZA DE NUESTROS CONTENIDOS

nick jr. nicleodeon MTV COMEDY CENTRAL Nickelodeon



Paw Patrol



The Handmaid's Tale



100 días para enamorarse

Se acerca una nueva edición de Chile Media & Content

Una apuesta del Grupo Isos para acompañar el crecimiento local de la industria audiovisual del país trasandino

CHILEMEDIA & CONTENT 2018

Chile continúa creciendo en materia de productos y servicios audiovisuales y ha tenido una gran mejora en la calidad e innovación. El ritmo y la solidez de este crecimiento hacen necesario un espacio de encuentro y debate para las empresas, instituciones y agencias gubernamentales tanto del país trasandino como del resto de la región.

En este contexto, el Grupo Isos organiza una vez más "Chile Media & Content" (antes Chile Media Show). La cita es el próximo 28 y 29 de noviembre y el Hotel Intercontinental de Santiago será el escenario de la feria, que recibirá a productoras de contenidos, operadores de cable, programadores de TV abierta y paga, radiodifusores, altos ejecutivos de las grandes cadenas, directores de entes reguladores, políticos, técnicos, autoridades, funcionarios y otros actores vinculados al sector de toda la región. 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 su tradicional exposición comercial.

Asimismo, y tal como el Grupo Isos viene proponiendo desde hace unos años, a través de la modalidad de los

"Screenshots" los programadores tendrán la oportunidad de realizar una presentación de sus próximos lanzamientos en contenidos productos.

Algunas de las Conferencias que tendrán lugar en Chile Media & Content 2018

- Presentación sobre Piratería por parte de FOX Network Group Latin America; "OTT y la Convergencia en la TV"
- CERTAL - 5to. Encuentro de Organismos Reguladores de América Latina: "El Estado frente a la Convergencia y Multiplicidad de Medios"
- "Los CEO's de la Industria: Debatiendo el Futuro de la Televisión en Latinoamérica"
- "Los Desafíos de Programar Contenidos con Calidad y Rating"
- "Programas infantiles: ¿Qué se considera cultural desde lo infantil y juvenil?"

PROGRAMACION



Desafío Sobre Fuego

History estrenó en América Latina la competencia Desafío Sobre Fuego Latinoamérica, con ocho participantes de la región que buscarán metálico y convertirse en el Mejor Forjador del Continente.



En la nueva edición, producida y realizada totalmente en América Latina, se enfrentarán concursantes provenientes de Argentina, Brasil, Colombia, y México. Esta producción original, de ocho episodios, es conducida por el reconocido actor y presentador colombiano, Juan Pablo Llano, quien junto con el exigente jurado conformado por Antonio de Regil de México y el argentino Mariano Gugliotta

tendrán la difícil misión, semana a semana, de capturar la atención de la audiencia, anunciar las eliminaciones y coronar al ganador.

En cada capítulo los participantes deberán enfrentarse a las altas temperaturas de las forjas y demostrar sus habilidades para poder replicar armas tradicionales y exóticas, en una competencia que requerirá de fuerza, destreza e imaginación.



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™

Nueva solución de Viditec



Se trata de la nueva plataforma digital modular de extremo bajo costo CMP-100 de Wellav-Sencore fundada por Viditec.



Además de las cámaras 4K de última generación y bajo costo de SONY y los switchers y conversores de video de Blackmagic y el nuevo monitor de 4K, Jornadas Internacionales ATVC le sirvió a Viditec como marco para presentar la nueva plataforma digital modular de extremo bajo costo CMP-100 de Wellav-Sencore, apuntando a un mercado que requiere menores costos y mayor versatilidad. "Ello le permitirá al cableoperador obtener una grilla ISDBT de alto rendimiento con muy poca inversión evitando el uso de cajas decodificadoras", destacan en la empresa. Esta nueva plataforma de Wellav se muestra también como una opción interesante para nuevos mercados que requieren soluciones en distribución de contenido HD a bajo costo; tales como la hotelería, barrios privados y clientes corporativos. "Acá a Jornadas traemos solo un pedacito de lo que llevamos a Caper. Es como una previa. Yo destacaré el producto nuevo de Wellav, una mini-cabecera digital pensada para modular en lo que se conoce como TDA (Television Digital Terrestre). Como todos los televisores



Hugo Caudet

vienen con un sintonizador para TV Pública Digital de norma ISDBT, lo que le proponemos al cableoperador mediante la adquisición de este producto es que la grilla analógica que hoy otorga en forma gratuita porque no la puede encriptar, la convierta a ISDBT. Por otra parte esta cabecera, le da la posibilidad de enviar programación de muy buena calidad a través de la red existente, es decir sin necesidad de fibra y con un costo accesible., al tiempo que libera el ancho de banda que le consume la grilla analógica", señaló el representante de Ventas de Viditec, Hugo Caudet. El ejecutivo se mostró satisfecho con la acogida que el producto tuvo a los lar-

go de Jornadas. "Tuvimos buena recepción, porque los operadores, sobre todo los más chicos, están pensando en esto. El video camina sobre datos y lo que es la televisión va a caminar sobre datos, pero es esta modulación ISDBT que llegó a la región para quedarse".

"Hoy en día el cableoperador tiene el 80% de sus costos dolarizado y sus ingresos atados al peso, no obstante está invirtiendo en redes y en fibra porque el video análogo tiene sus días contados y la TV Premium viaja sobre datos. La TV tal como lo conocimos, va desapareciendo de a poco. Entonces el operador de cable está obligado a tener ancho de banda para ofrecer cualquier tipo de contenido Premium. Los cableros lo entendieron y si bien se les hace cuesta arriba están invirtiendo en fibra", aseguró Caudet.

Como todos los años, Viditec será protagonista de CAPER Show, con un stand casi 160 metros cuadrados de superficie. La empresa ofrece allí diferentes soluciones y marcas, tanto para el mercado del Broadcast como para el de Audio y Video Profesional.

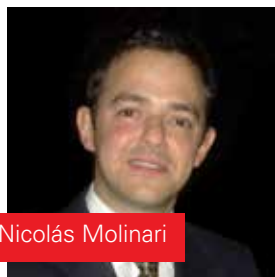


La confianza de BCD

Nicolás Molinari, gerente de Comercialización de la empresa, expone las fortalezas de su oferta

Con más de 25 años de trayectoria, BCD es una de las prestadoras de servicios tecnológicos en redes de transmisión de voz, imagen y datos más importantes del país. Una vez más estuvo presente en Jornadas Internacionales y Revista ATVC dialogó con su gerente de Comercialización, Nicolás Molinari.

"El principal sector de nuestro stand es el de los productos Arris, nuestro principal partner. Y a Jornadas trajimos lo nuevo que tiene que ver con el estándar DOCSIS 3.1, el CMTS (Controlador de cable módems) modelo E 6000. Las modificaciones de la última versión de



Nicolás Molinari

DOCSIS, la 3.1, incluye modificaciones bastante drásticas, y acá trajimos los modelos más actualizados que incorporan esos cambios". Para Molinari, "en esta etapa del DOCSIS cada operador tiene una estrategia distinta. Y los fabricantes hacen varios 'sabores' de productos de acuerdo a lo que quiere cada uno. Las redes y los servicios se vuelven más complejos y es necesario

ofrecer alternativas".

El ejecutivo destacó la presencia de los dos amplificadores de radiofrecuencia que BCD fabrica en Rosario con marca Arris, "Tenemos un acuerdo de manufactura mediante el cual Arris nos transfiere tecnología, nos dan los componentes y parte de los equipos para que los ensamblamos y los comercialicemos en Argentina. En nuestra planta de Rosario. Somos los únicos partners de Arris en el mundo que fabricamos sus productos en una planta local".

A la hora de hacer el balance de este 2018, se mostró optimista, "Para nosotros fue un año muy bueno. En Argentina estamos atrasados en inversión de tecnología de acceso y hay mucho por hacer. Si las variables económicas se mantienen relativamente estables, somos muy optimistas en cuanto al futuro de BCD en el país".

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 **400** MARCAS
INTERNACIONALES



+ DE **5700**
VISITANTES



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



+ DE **40** ACTIVIDADES
ACADÉMICAS



+ DE **35** DEMOS
DE SONIDO



MIE . JUE . VIE

24.25.26 | OCT

BUENOS AIRES • ARGENTINA

AGENDATE



consultas@caper.org



www.caper.org



"Fuerza Latina", la nueva producción de Deutsche Welle llega a América

El programa comenzó a producirse en México y Colombia y continuará en Chile, Argentina y Perú.



Una de las principales novedades en cuanto a contenido de Deutsche Welle durante Jornadas fue la presentación de un nuevo programa original, "Fuerza Latina". Se trata de un nuevo formato desarrollado por DW en Español sobre mujeres sobresalientes en América Latina, estrenado en la región en la primera semana de este mes. *"Es una producción enteramente dedicada a mujeres que son un ejemplo positivo para su propio género y para sus respectivas sociedades, por su coraje, por su impacto en el lugar en el que viven. Mujeres de diferentes sectores, de extracciones muy diversas, sean políticas, líderes sociales, artistas, abogadas, activistas medioambientales,"* expone Sylvia Viljoen, directora de DW para las Américas.

Fuerza Latina lleva a la pantalla este movimiento de las mujeres latinoamericanas, a través de las historias de sus protagonistas.

La producción del nuevo programa se inició en México y Colombia y continuará en Chile, Argentina y Perú, en ese orden.

Inédita producción para FOX Premium



FOX Networks Group (FNG) Latin America está filmando por primera vez tres temporadas completas y en forma continuada de una producción original. Se trata de "El General Naranjo", la nueva serie original que llegará a FOX Premium en 2019.

El seriado es producido por FOX Telecolombia, basada en hechos reales que recorren la historia del narcotráfico en Colombia a partir de la vida de Óscar Naranjo, un joven policía que dedicó su vida a combatir este delito y a dar fin a los capos, guerrilleros, corruptos y paramilitares que lo promovían. Lucha que le valió a Naranjo ser reconocido como el "Mejor Policía del mundo".

"El General Naranjo" está basada en el libro "El General de las Mil Batallas" del periodista colombiano Julio Sánchez Cristo y fue adaptada por el colombiano Luis González alias "Anita de Hoyos" y cuenta con la dirección de Diego Mejía ("José José: El príncipe de la canción") y Mónica Botero ("Tarde lo conocí").

Nuevo enfoque de noticias de negocios y adiós de CNN Money



Efectos de la transformación: nuevo sitio, nuevo diseño, nueva línea editorial y un buró central en San Francisco.

Todo lo clásico se reconvierte: la economía digital ha provocado una gran transformación de los negocios en el mundo y los medios especializados deben readecuarse para cubrir con más efectividad todo el fenómeno. Esa ha sido la motivación principal del nacimiento de CNN Business, y el adiós para la marca CNNMoney.

CNN Business lanzó este mes un nuevo sitio, nuevo diseño, línea editorial y un buró en San Francisco. El gran objetivo es hacer una crónica de la historia más grande de nuestro tiempo: la transformación digital de los negocios y cómo ello está impac-

tando en cada rincón de la economía global.

Desde el comercio minorista y los medios, hasta la energía y mucho más, la tecnología ha cambiado los negocios como se conocían hasta hace poco. A través de entrevistas exclusivas y noticias de última hora, nuevas franquicias y verticales, y video digital que incluye un conjunto ampliado de contenido de transmisión en vivo.

CNNMoney se introdujo por primera vez en 2001 como parte de un esfuerzo conjunto entre CNN y Fortune and Money de TIME Inc. En junio de 2014, CNN tomó el control total de CNNMoney y, en 2018, le cambió el nombre, junto con las sub-marcas de CNN Tech y CNN Media, a CNN Business, un nuevo destino que abarca todas las aristas de las empresas, personalidades e innovaciones que impulsan el negocio.

"Para entender los negocios en el

2018, debemos reconocer que cada compañía es ahora una compañía de tecnología. En CNN Business estamos viviendo la historia que reportamos, y transformando nuestro enfoque de cómo cubriremos el futuro," dijo el vicepresidente y gerente general de CNN Business, Jason Farkas.

Uniéndose a una serie de oficinas en Nueva York, Washington, Hong Kong, Londres, los Emiratos Árabes Unidos y la India, con una amplia experiencia en negocios globales, incluyendo empresas, mercados, tecnología y el mejor equipo de medios en el negocio, ahora está abierta una nueva oficina en San Francisco con reporteros que cubren grandes tecnologías, startups, capitales de riesgo y criptomonedas. CNN Business se integrará completamente con la programación de CNN y CNN International al aire.

CHILEMEDIA & CONTENT summit

SAVE
THE
DATE

28 y 29 • NOV • 18
Hotel Intercontinental
Santiago
CHILE

@fytin
#CMC2018

CRECIENDO
JUNTO A LA
INDUSTRIA

Chile Media & Content es el mercado local y regional de la TV paga y producción de contenidos que viene teniendo un crecimiento exponencial. Con la participación de los principales ejecutivos y tomadores de decisiones de las más importantes empresas de la industria audiovisual, Chile Media & Content será la cita ideal para hacer crecer su red de contactos, beneficiarse con los mejores negocios, ver los últimos lanzamientos y novedades en producción y contenidos y asistir a las más destacadas conferencias y workshops.

DENTRO DE LA FERIA PODRÁN ACCEDER A:

- Los mejores 'Business Matches' que Grupo ISOS Internacional le puede ofrecer de acuerdo con sus intereses.
- Conectar los principales 'Decision Makers' de las empresas, establecer nuevos contactos y agendar reuniones con antelación beneficiándose de nuestra gran red de relaciones.
- Establecer contacto con los principales ejecutivos de las empresas locales e internacionales más destacadas en la producción y programación de contenidos.
- Compartir con los cableoperadores, reguladores y agencias de medios de Chile y la región.
- Participar de una innovadora e interactiva muestra comercial, Conferencias y Workshops especializados.

¡Los Esperamos!

CONTACTO COMERCIAL

Tel: +598 2518 5576
romina@grupoisos.net

PARTICIPE AHORA

INSCRIPCIONES

Tel: +598 2518 5576
noel.cuello@grupoisos.net

ORGANIZA:

GRUPO ISOS
internacional

MEDIA PARTNER:



+info
www.grupoisos.com

g

Eduardo Zulueta al frente de la operación mundial de AMC Networks



Eduardo Zulueta

Al español Eduardo Zulueta le ha sido confiada la máxima responsabilidad del brazo de canales internacionales. La estadounidense AMC Networks lo nombró presidente de AMC Networks International (AMCNI) lo que representa quedar al frente de las 40 marcas de la filial -incluidas las emblemáticas AMC y Sundance TV- repartidas en 140 países de América Latina, Europa, Oriente Medio, Asia y África.

Zulueta, actual presidente de AMC Networks International para el Sur de Europa y Latinoamérica, asumirá su nuevo cargo a partir del 1° de noviembre y continuará reportando a Ed Carroll, Chief Operating Officer de AMC Networks.

En su carrera, el ejecutivo ocupó el cargo de director general de Chellomedia para España y Portugal (división de contenidos de Liberty Global) desde 2005 y tras su adquisición por AMC Networks en 2014, fue nombrado presidente de AMC Networks para el Sur de Europa y América Latina. En este puesto ha liderado el lanzamiento de marcas internacionales como AMC y Sundance TV y el crecimiento de canales locales como Film & Arts, Europa Europa, El Gourmet y Más Chic.

En su país es considerado uno de los impulsores de la televisión de pago, desempeñándose en diferentes cargos tales como director general de la productora Molinare, director general de Multicanal, director de Programación y Contenidos de Vía Digital, y director general de Fremantle Media para España y Portugal, entre otros.

a

agenda

2018

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 Fontainebleau

Miami Beach

Web: www.natpe.com

Febrero

26 al 28

Andina Link

Centro de Convenciones

Cartagena - Colombia

Web: www.andinalink.com

Marzo

26 y 27

Punta Show

Hotel Enjoy Conrad

Punta del Este - Uruguay

Web: www.grupoisos.net

Abril

25 y 26

APTC

Centro de Exposiciones Jockey

Lima - Perú

Web: www.aptcperu.org

g

Peter Rice y Dana Walden: Dos Fox en posiciones clave en nueva Disney



Peter Rice

Walt Disney Company ha comenzado a cubrir los máximos cargos ejecutivos tras su fusión con 21st Century Fox. Peter Rice, procedente de Fox, será el presidente de Walt Disney Television y co-presidente de Disney Media Networks, reportando a Robert Iger, el jefe máximo del grupo.

Rice se convierte de esta manera en responsable de ABC Television Network, el grupo de estaciones de televisión de propiedad de ABC, ABC Studios, Disney Channels, Freeform, Twentieth Century Fox Television, FX Networks y FX Productions, Fox 21 Television Studios y National Geographic.

También de las filas de Fox sale quien asumirá como presidente de Disney Television Studios y ABC Entertainment, Dana Walden.



Dana Walden



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. 234

GL



LA INNOVACIÓN EN TECNOLOGÍA Y CONTENIDO CONVERGEN EN LA XI CUMBRE APTC 2019



25 y 26 de abril
Centro de Exposiciones Jockey
LIMA - PERÚ

Escribenos a:
Vanessa Serquen
Marketing@aptcp Peru.org



WWW.APTCPERU.ORG

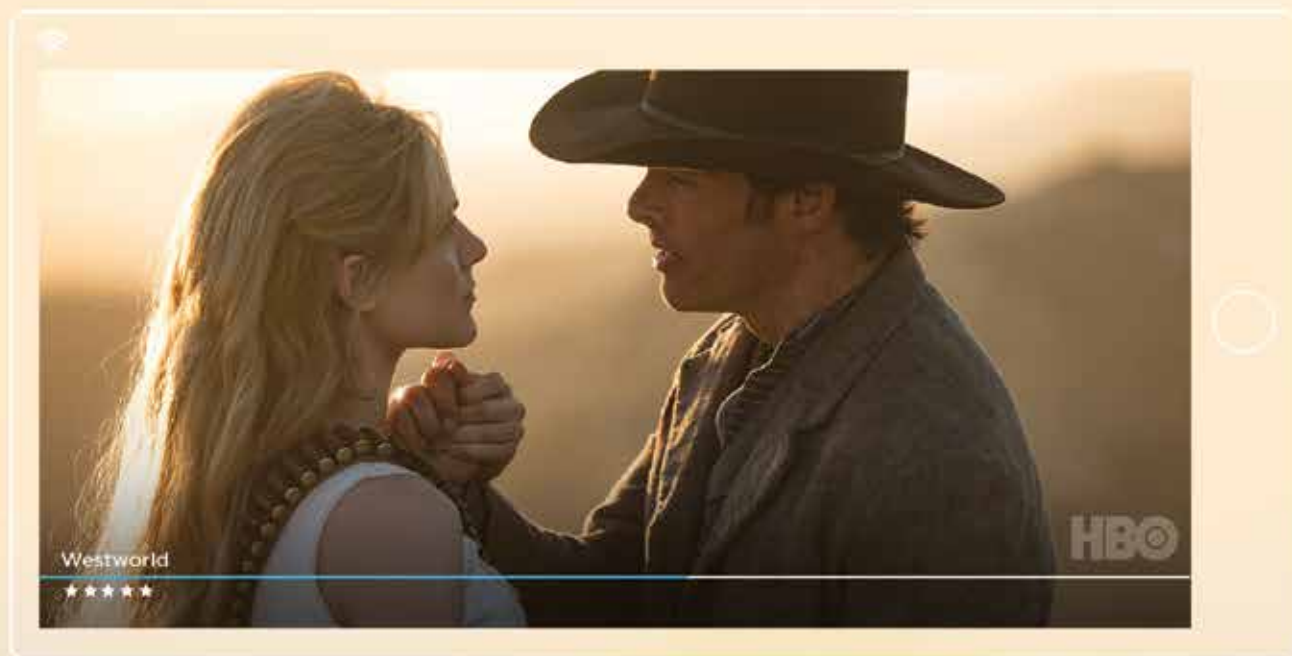


XI
CUMBRE
APTC



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.

HBO HBO2 HBO plus HBO family HBO max max prime COMET E! A+E H2 HBO T AXN STUDIO SVU

© 2018 Home Box Office, Inc. y HBO. Die Partner. Todos los derechos reservados. HBO y las marcas de servicio relacionadas son propiedad de Home Box Office, Inc. El material incluido es de la exclusiva propiedad de HBO Die Partner o sus afiliados y/o socios. Este contenido está protegido por las leyes de derechos de autor y otras leyes aplicables. * Este canal no se transmite en México.