



Asociación Argentina
de Televisión por Cable



Jornadas Internacionales: Acompañando el cambio



Eventos:

Llegan Caper y
Chile Media Show

Entrevistas:

HBO, Cisneros
y Télam

Legislación:

En busca de la
convergencia real

ENTRETENIMIENTO INTELIGENTE EN CONSTANTE EVOLUCIÓN



HBO | **LATIN AMERICA**

Somos la evolución del entretenimiento —conservando la esencia del pasado, cubriendo las exigencias del presente y trabajando por los avances del futuro. Entretenimiento de calidad superior a tu alcance en todas las plataformas. **Somos HBO Latin America Group.**



© 2017 Home Box Office, Inc. y HBO Ode Partners. Todos los Derechos Reservados. HBO® y las marcas de servicio relacionadas son propiedad de Home Box Office, Inc. El material incluido es de la exclusiva propiedad de HBO Ode Partners o sus afiliados y licenciatarios, y está protegido por las leyes de derechos de autor y otras leyes aplicables.



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

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

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

E-mail: atvc@atvc.org.ar

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

Presidente:
Walter Burzaco

Vicepresidente 1°:
Jorge Di Blasio

Vicepresidente 2°:
Armando Ametrano

Secretario General:
Hernán Verdaguer

Pro-Secretario:
Lucio Gamaleri

Tesorero:
Daniel Celentano

Pro-Tesorero:
Eduardo Uría

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

Vocales Suplentes:
Alberto Genovese
Raúl Suárez
José González
Jorge Busquets

Revisores de Cuentas:
Horacio Luis
Mario Beorda
Roberto Argaña

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



Mensaje del Presidente

Durante poco más de una década la TV por Cable fue objeto de constantes intentos de frenos, mediante regulaciones adversas. En esos escenarios reiteramos nuestro compromiso con el país y las localidades que servimos.

Fue así que el mayor desarrollo e inversión en banda ancha provino de nuestra industria. Porque entendemos que Internet es hoy un derecho humano y una necesidad real para construir igualdad de posibilidades, igualdad de acceso a la educación e igualdad de desarrollo tanto para empresarios como para los emprendedores.

La Ley de Medios tenía un régimen de licencias arbitrario: quien invertía en infraestructura fija y daba trabajo calificado para brindar sus servicios, solo podía acceder a una cantidad limitada de licencias locales y tenía topes para desarrollar su empresa. La TV satelital podía llegar a todo el país, sin exigencias de producir contenidos para las distintas áreas de servicio.

En esa larga década, las empresas de telefonía privilegiaron los dividendos por sobre las inversiones en redes fijas. Por ser las dueñas de la movilidad y del espectro, se aletargaron y no renovaron sus cableados. Tan así es, que ante el nuevo marco creado a partir del Decreto 267, y luego el 1340, intentaron imponer la idea de que estaban en desventaja ante la convergencia. En realidad, lo que hoy les dificulta dar servicios acordes a la demanda del público, es el resultado de no tener redes fijas de avanzada. Por ese motivo presionan para entrar al mercado de contenidos con servicios satelitales o TV por IP, pero sin desplegar redes en el país.

Nuestro sector comprende bien los importantes esfuerzos que son necesarios para afrontar la convergencia. Porque no sólo tenemos que dar acceso mediante redes modernas, sino que debemos seguir invirtiendo en infraestructura con tecnología de punta, para satisfacer lo que demandan los nuevos servicios. Por lo expresado, nuestras empresas –especialmente las que son PyMEs– necesitan incentivos para invertir en la renovación de redes. Esto se alcanza con un marco regulatorio previsible y reglas a largo plazo, que otorguen seguridad jurídica.

Cualquiera sea la nueva regulación convergente, debería preservar valores distintivos innegables que tiene la TV por Cable, que son de beneficio para las familias argentinas. Algunos de estos valores son: (1) La proximidad, dado que estamos presentes en 1.200 localidades del país, donde damos servicios a los vecinos. (2) El acceso, ya que por medio de las redes de avanzada tecnología con las que transmitimos nuestra programación, una familia también accede a Internet y con ello a la Sociedad del Conocimiento. El acceso que damos excede la mera distribución de contenidos y permite la comunicación, posibilita la oportunidad de expresarse y darse a conocer, y también la interacción por las redes sociales. (3) La producción de contenidos, como fruto de los 600 canales locales y regionales, que cuidan el federalismo, la democratización, el pluralismo y la cultura de la zona. (4) La TV por Cable argentina es un ecosistema donde conviven 700 empresas pequeñas, medianas y grandes, todas de capital nacional y comprometidas con el país.

La convergencia real, la que genera impacto económico y social, es la que se sostiene con la inversión y cuando la competencia se desarrolla en condiciones de campo nivelado. En ese orden de cosas, aplaudimos que se le den facilidades a las PyMEs para el desarrollo de sus redes y que se les otorgue una protección en las ciudades de menos de 80.000 habitantes.

La orientación para avanzar en la redacción de un marco legal que regule la convergencia, debe tener como eje primordial el objetivo de disminuir la brecha digital, procurando la inclusión de la mayor cantidad posible de argentinos. Para ello es necesario defender las redes que cuentan con suficiente capilaridad para llegar a los hogares y también arbitrar los medios que faciliten su actualización tecnológica.

De esta manera, el desarrollo de las comunicaciones tendrá un horizonte de continuidad y múltiples beneficios para la gente.

Jornadas Internacionales reflejó los cambios en la industria



Asociación Argentina de Televisión por Cable

Operadores, proveedores y representantes del Gobierno se dieron cita en el principal evento de la TV Paga en la región para compartir la actualidad del mercado.



Las grandes transformaciones que experimenta la industria de la TV por Cable tuvieron el mejor escenario para el debate en la reciente edición de Jornadas Internacionales. El evento se llevó a cabo en el hotel Hilton Buenos Aires del 19 al 21 de septiembre, con tres días de conferencias y dos de exposición comercial.

El acto inaugural contó con la presencia de diversos funcionarios nacionales, entre los que se destacaron el ministro el ministro de Modernización, Andrés Ibarra, y el titular del Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom), Miguel de Godoy, quienes presidieron la ceremonia junto a los titulares de las entidades organizadoras: Walter Burzaco, presidente de la Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC), y Sergio Veiga, presidente de CAPPSA.

"Necesitamos escucharlos"

Precisamente fue Andrés Ibarra quien habló en nombre del Gobierno. El funcionario explicó: *"Hace poco más de un mes que hemos generado esta integración de Ministerios, decisión del Presidente y quisiera decirles que ratifico uno de los conceptos expresados: nosotros estamos para escuchar, estamos para*

dialogar y vamos a elaborar una agenda específica para convocarlos."

"Mi equipo y yo precisamos escucharlos, porque nosotros empezamos en la ciudad con el Ministerio de Modernización con el proyecto de una Smart City, y pasamos al estado nacional con un objetivo que nos puso el presidente: el concepto de país digital. La máxima aspiración es multiplicar las ciudades inteligentes, porque eso significa futuro, construir la mirada de futuro, de inversión, de fuentes de trabajo de calidad," continuó.

"Ya hemos recorrido más de mil municipios y hemos tomado contacto con muchos de ustedes a partir de las necesidades que nos acercaron. La condición necesaria que tenemos en todo esto es la conectividad. No podemos lograr reales avances si no iluminamos cada rincón del país. En esa línea, este mes y medio hemos trabajado con Enacom, con Arsat y nuestro equipo para llegar a una instancia superadora de la que se ha realizado," señaló Ibarra.

"Estamos dando un salto cualitativo en dos aspectos: la integración de todas las herramientas extraordinarias, como el Plan Federal de Internet de ARSAT que camina hacia 1300 localidades y las es-

celas rurales que va a conectar más de 2000. El proyecto de Enacom de entrega de tablets para integrar a todos en el uso de la tecnología," destacó el ministro.

Luego agregó: *"Necesitamos integrar estos planes en una solución de conectividad de banda ancha de todo tipo en un mapeo que llegue a cada espacio de nuestro territorio. Debemos superar en forma urgente la obsoleta velocidad de tres megas, debemos dar la velocidad y calidad necesarias para que la digitalización sea posible. Este es un trabajo en el cual los precisamos." "Por eso estamos ante la necesidad de adecuar la normativa. Y cuando hablo de normativa me refiero a la previsibilidad, a cada uno de ustedes que son los impulsores de puestos de trabajo que precisan los municipios de todo nuestro país. Para todo este trabajo nos vamos a reunir y dialogar, para construir un proceso armónico, ordenado y que resulte en un mejor futuro para los argentinos,"* concluyó el Ministro.

Convergencia e inversión

A su turno, Walter Burzaco, presidente de la ATVC, resaltó la trayectoria de las pequeñas y medianas empresas del Cable, que fueron las encargadas de motorizar el acceso a la televisión en todo el país. Además, remarcó que *"el mayor desarrollo e inversión en banda ancha provino de nuestra industria."*

"En Argentina, la TV por Cable es un ecosistema donde conviven empresas pequeñas, medianas y grandes; todas de capital nacional y que reinvierten en el país. Nuestro sector comprende bien que los tiempos que vienen implican nuevos esfuerzos. Que tenemos que dar acceso mediante redes modernas, y aún más, que debemos seguir invirtiendo en infraestructura con tecnología de punta, para satisfacer lo que demandan los nuevos servicios. Porque Internet es hoy un derecho humano y una necesidad real para construir igualdad de oportunidades, igualdad de acceso a la educa-



Walter Burzaco - ATVC

ción e igualdad de desarrollo económico y empresario”, expresó.

Luego se refirió a los recientes cambios en el marco regulatorio del sistema de medios en el país. En ese sentido, advirtió que tras la sanción de los decretos 267 y 1340 por parte del gobierno de Mauricio Macri, hubo sectores que “quisieron imponer la idea de que estaban en desventaja ante la convergencia.”

“En realidad, lo que hoy les dificulta dar servicios acordes a la demanda del público es el resultado de no tener redes fijas de avanzada. Por eso presionan para entrar al mercado de contenidos con servicios satelitales o TV por IP, nuevamente sin desplegar redes en el país”, señaló.

Por otro lado, Burzaco destacó “la convergencia real, la que genera impacto económico y social, es la que se sostiene en la inversión y en una competencia en condiciones de campo nivelado. En ese sentido, aplaudimos que se den facilidades para el desarrollo de redes y para la protección de las PyMes en ciudades de menos de 80.000 habitantes.”

Además, remarcó que “existe hoy armonía entre el sector Público y el sector Privado, lo cual es muy positivo. Porque hemos pasado por muchas regulaciones a lo largo de los más de 50 años que tiene la TV por Cable, pero una cosa es legislar y otra, que debería ser complementaria, es aplicar la ley con criterios que beneficien al país. En este sentido, debemos destacar el rol del ENACOM que atiende las inquietudes que planteamos, en busca de fomentar la inversión, y que no ha cedido a presiones o parcialidades. Los cambios en ARSAT también son favorables, porque ahora pasó a ser una herramienta concreta para el acceso a Internet.” “Principalmente nuestras

PyMEs, pero también todas las demás empresas, necesitan un horizonte previsible que se extienda en el tiempo. Digo esto para prevenir los atajos que intentan quienes no renovaron sus redes y hoy solo buscan nuevos ingresos, pero sin invertir en nuevas infraestructuras”, aseguró Burzaco.

Cambios en la oferta y en la demanda

Finalmente, Sergio Veiga, presidente de CAPPSSA, manifestó: “Esta edición de jornadas encuentra a nuestra industria en un momento de grandes cambios y transformación, tanto en lo que se refiere a la oferta, como a la demanda.” “En lo que respecta a la oferta, con la aparición de nuevos protagonistas que se integran al mercado de la distribución de TV Paga. Con procesos de fusiones, adquisiciones e importantes proyectos de inversión en tecnología, todas acciones orientadas a la convergencia. Y por supuesto también por el lado de la demanda, se vienen produciendo desde hace un tiempo grandes transformaciones en los hábitos de consumo de contenido de la gente, en las multiplataformas que permiten consumir esos contenidos cuando y donde quieran”, indicó el directivo.

También aclaró que “son momentos de grandes cambios pero también de grandes desafíos. Afortunadamente y luego de varios años de incertidumbre, este momento de grandes desafíos lo venimos transitando con autoridades de Gobierno con las que tenemos un buen nivel de diálogo, que nos permiten como Cámara participar con nuestro punto de vista y sugerencias en la construcción de una industria cada vez más sólida, que da trabajo calificado a miles de personas, que exporta sus contenidos al mundo, que invierte y produce.” “Estamos entusiasmados para que esto continúe y muy felices por todo lo relacionado con las autoridades porque se requiere de una normativa moderna y dinámica que pueda fijar las reglas de juego de una actividad en permanente cambio para que apunte a su desarrollo e inversión”, puntualizó.

Luego agregó que “si bien en los últimos tiempos hemos visto muy buen progreso y una correcta orientación en



Sergio Veiga - CAPPSSA

las políticas de comunicaciones, es al momento de fomentar el desarrollo de nuestra actividad en donde vemos aún varias oportunidades de mejora. Por ejemplo, en lo referente a la eliminación de impuestos distorsivos, a la reducción de cargas sociales para asemejarlas a las vigentes en la industria del software, a la posibilidad de aliviar la carga de impuestos y aranceles de importación para la compra de equipamiento de producción, etc. En fin, hay oportunidades aún para tomar medidas que generen incentivos concretos para el fomento de la industria y el empleo en este rubro.” “Nuestros asociados, los programadores, están realizando importantes esfuerzos e inversiones para generar contenido de calidad para los múltiples dispositivos que hoy la gente está eligiendo para informarse, para entretenerse y para seguir a su equipo favorito. Estas compañías están en permanente proceso de innovación y evolución. Nuestra industria se encuentra en un momento clave de evolución hacia un nuevo escenario”, dijo Veiga.

“También, por supuesto, necesitamos espacios como este, como Jornadas, que, desde sus inicios, fomenta el diálogo, el intercambio de ideas, el acercamiento para que todos juntos -Gobierno, distribuidores y programadores- podamos conducir a esta industria hacia una nueva etapa en la que sin dudas va a seguir siendo líder en la región en términos de penetración y desarrollo, y así para poder seguir llevando a la gran mayoría de hogares argentinos nuestro contenido de calidad. Por eso es que necesitamos cuanto antes la puesta en vigencia de una nueva legislación que acompañe y favorezca esa evolución”, expresó.



Las conferencias: espacio de debate y análisis

Tanto los aspectos tecnológicos como regulatorios y de programación estuvieron presentes en la agenda de Jornadas Internacionales.

Los diversos ciclos de conferencias cobraron especial relevancia en la última edición de Jornadas en virtud de las importantes transformaciones que experimenta la industria en la actualidad. Por esa razón, muchos interesados se acercaron a los salones Atlántico A y C del hotel Hilton Buenos Aires, donde se desarrolló la actividad.

Previsibilidad y futuro

La conferencia titulada **“El futuro llegó. Oportunidades y desafíos para el Cable y las telecomunicaciones en escenarios convergentes”** convocó a Jorge Di Blasio, presidente de la Red Intercable, Juan Carlos Moltini, CEO de Cablevisión, y Rodrigo De Loredo, presidente de Arsat.

“Las PyMEs precisamos previsibilidad y normas constantes”, fue el pedido de Di Blasio, quien señaló además: “Para nosotros, el rey fue, es y será el usuario, y es por quien debemos velar, independientemente del tamaño que este tenga. Hace dos años nos planteamos reformular la manera de ver el mercado y entender el negocio. Por esta razón fue que construimos un ecosistema empresarial donde todos somos parte de un mismo proyecto: competidores, proveedores y productores.”

El directivo reclamó: *“Esperamos que lo planteado se mantenga en un nivel real y previsible: que las empresas TIC no puedan dar televisión satelital. Nosotros no buscamos protección ni prebendas, solamente queremos previsibilidad como garantía para nuestra inversión. Es decir, coherencia regulatoria, articular lo que se dice con lo que se escribe.”*

Di Blasio explicó que el escenario actual les permite mantener un diálogo con el Gobierno para poder explicar la situación particular del sector PyME. *“Es importante que se entienda que somos diferentes pero no abusivos,*



que damos servicio a 570 localidades de todo el país y queremos llevar la misma calidad a todas ellas”, destacó. Por su parte, De Loredo anunció que el Plan Federal de Internet ya ha superado las 300 localidades iluminadas y aumentó la red, que tenía sólo 6500 kilómetros iluminados, a 20.000. “Nos propusimos abordar la problemática del extenso territorio argentino para terminar con la desigualdad del acceso a internet según el lugar de nacimiento”, argumentó.

“Una política pública debe mostrar resultados. Arsat actúa donde los privados no, es por eso que complementamos sus acciones y potenciamos su desarrollo. Un ejemplo de ello es la utilización que le hemos dado al Fondo del Servicio Universal para dar servicios en el interior del interior del país”, detalló el funcionario.

También mencionó el acuerdo con Red Intercable, mediante el cual permite que las Pymes *“focalicen su inversión en la última milla, en la capilaridad, en el servicio a las localidades y en generar conectividad de calidad que las iguale con los grandes centros urbanos.”*

Moltini, finalmente, explicó la actualidad que vive la industria frente a la evolución en los hábitos de consumo. *“Si bien el contenido sigue*

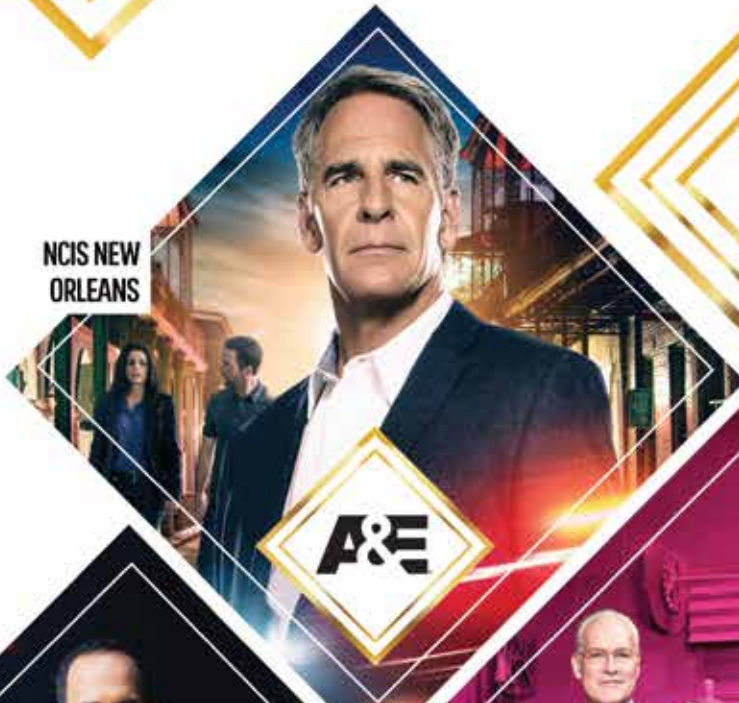
siendo una herramienta poderosa, la realidad es que se ha trasladado del televisor hacia el móvil. El gran desafío que tenemos por delante es adaptarnos a esta nueva manera de consumir por parte del usuario”, afirmó. Agregó que “para poder satisfacer esta necesidad de hiperconexión, precisamos de una red fija y móvil. Hoy, ninguna de las dos es suficiente por sí misma. El jugador que no cumpla con estas dos condiciones no será competitivo y no estará en condiciones de satisfacer este nuevo paradigma.” El ejecutivo estimó que el único camino para alcanzar esta meta es invertir: “Este año, Cablevisión invertirá 540 millones de dólares. El concepto para lograrlo debe ser el multi play, en el marco de un cambio y desarrollo constante.”

Una normativa participativa

“Las regulaciones como dinamizadores del acceso a las telecomunicaciones” convocó como disertantes a Giudici, directora del Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom) y Ángel García Castillejos, abogado especialista en telecomunicaciones y ex funcionario público del sector en España.

Giudici señaló que *“la industria de la televisión por cable, su despliegue y desarrollo ha sido centrales para la*

NCIS NEW ORLEANS



A&E

PROJECT RUNWAY



LIFETIME

EL SOCIO



H
HISTORY



PLANETA INNOVACIÓN

H
H2

A + E

NETWORKS™
LATIN AMERICA

industria de los contenidos y, a posteriori, para el despliegue de los servicios de banda ancha en el interior del interior. Debemos, desde la regulación, contemplar la realidad de esta industria para que sus efectos positivos se sigan potenciando."

Por otro lado, advirtió que "en este punto también debemos contemplar el crecimiento de las diversas plataformas que consumen e ingresan contenidos, pero que no desarrollan infraestructura. Este es un punto que debemos analizar en la regulación. En toda esta realidad, el Presidente nos plantea una normativa participativa que marche hacia la convergencia. Pero debemos considerar la velocidad de la evolución del sector, como por ejemplo el desafío del 5G". "Por eso el Ministro Ibarra nos encomendó considerar todas las posibilidades y realidades en la futura regulación. Tenemos por delante generar estrategias para proteger la producción y la identidad de los bienes culturales nacionales," finalizó la funcionaria.

Por su parte, García Castillejo dijo que "las regulaciones estimulan la competencia y el desarrollo de mejores servicios para los usuarios." Además, coincidió con Giudici en que "afrontamos un escenario que multiplica las posibilidades y la banda ancha, especialmente la móvil, juega un rol preponderante"

La voz de los programadores

Las conferencias CAPPESA fueron otro de los atractivos de esta nueva edición de Jornadas Internacionales. En esta ocasión, participaron ESPN/Disney con una charla sobre marketing y una entrevista a Santiago Phelan, HBO Latin America y sus "10 retos para la industria del entretenimiento", y Turner, que expuso sobre "Contenidos Originales".

La presentación de ESPN/Disney co-

menzó con María José Calónico (Directora de Marketing TWDC Latam) quien habló de todas sus señales infantiles, destacando el éxito de la serie infanto juvenil Soy Luna, que está próxima a concluir su segunda temporada y ya en producción de la tercera, que saldrá al aire en 2018, con giras por toda Latinoamérica y Europa en puerta. El éxito no se limita a la TV, sino que se complementa con los contenidos online, las licencias de productos y el disco.

ESPN tuvo al conductor Martín Altberg para hablar del "Poder del vivo" en el mundo deportivo y remarcar las cuatro señales HD del grupo, cada una con contenidos específicos apuntando a las competencias de diferentes partes del mundo y a deportes alternativos. Luego, el periodista entrevistó en vivo al ex jugador de rugby y actual entrenador de Los Pumas, Santiago "Tati" Phelan, acorde con la misión de ESPN, que es transmitir los valores que cada deporte promueve.

HBO Latin America estuvo representado por Javier Figueras, VP corporativo de Ventas Afiliadas, quien habló del ecosistema actual del mercado de la TV Paga, destacando la aparición de nuevos competidores o, en el caso de Argentina, la habilitación a las telcos para ofrecer video desde el próxi-



mo año. Esto sumado a la cantidad limitadas de horas de para ver tanta oferta de contenidos.

Figueras dijo que el mayor desafío es la innovación y que en eso HBO toma la iniciativa con formatos nuevos dedicados a Latinoamérica. Y señaló que la exigencia de contenidos no lineales y multiplataforma ya no son solo de los millennials, sino que se ha generalizado a todo el público. Finalmente, reclamó mayores inversiones en redes y el desarrollo de las estructuras de conectividad para contener toda la demanda, junto con la creación de un marco legal acorde a los nuevos tiempos.

En la sesión final, Marcelo Tamburri se refirió a los distintos tipos de producción que ha realizado Turner en los últimos tiempos, comenzando con Nafta Súper en 2015, y luego con Mary & Mike, que está siendo coproducida con Chilevisión con estreno previsto para marzo de 2018 en Chile; El César, basada en la vida del boxeador mexicano Julio César Chávez, coproducida con Disney, TV Azteca y BTF; Pacto de sangre, producción en Brasil dirigida por Adrián Caetano; y el éxito actual en Argentina, Un gallo para Esculapio, con Underground, emisión en Telefe para TV abierta y Flow en OTT.

Sus conclusiones fueron que la historia es responsable del 60% del éxito, que no se puede cambiar una buena o mala historia en tanto que lo demás se puede mejorar y que, tal como expresaron otros disertantes, las empresas pasan de ser empaquetadoras de programación a generadoras de contenidos. El objetivo de Turner es que sus principales canales lleguen a tener de 30% a 40% de producción nacional para 2020.

Creatividad en televisión

El "Panel sobre creatividad en televisión" convocó a destacados referentes como Pablo Culell (Underground),





CONTENIDOS
**PARA TODOS
LOS MEDIOS**

■ MEDIAKIT.TELAM.COM.AR

Líneas rotativas: (54-11) 4339-0300 - comercializacion@telam.com.ar

Bolívar 531 - C.P.1066 - C.A.B.A - Argentina

CABLERA.TELAM.COM.AR

Helga Lightowler (Discovery Networks), Lucas Rojo (A+E Networks), Marcelo Tamburri (Turner), Verónica Rondinoni (AMC Networks), Sebastián Beltrami (Artear), Manuel Martí (Pol-Ka Producciones), Mariana Pérez (FOX Networks Group), Germán Groba (Disney Channel) y Raúl Slonimsky (Kuarzo).

Helga Lightowler afirmó que *“la industria está localizando el contenido. En cuanto al casting, priorizamos su expertise. Hoy se trabaja pensando en la audiencia a la que se le está hablando y se apunta a una historia 360 que genere un mensaje para bajar en todas las redes. Después de tener en cuenta la audiencia, todo empieza con una buena historia para luego sumar el factor negocio y pensar y planificar hasta dónde puede viajar esa buena historia culturalmente y que sirva para expandir la marca. En Discovery pensamos a nivel regional y es importante que aplique para cada mercado”*

Por su parte, Marcelo Tamburri aseguró: *“La producción es el foco de nuestro grupo reinterpreta el hábitat en el que vivimos y pensando contenidos que puedan derramarse a todas las plataformas. El espectro es grande. Nuestro aprendizaje ha sido producir localmente, es decir, tener un referente local donde se genera la producción. Producir localmente con suficiente calidad para que el producto viaje internacionalmente. La producción local nos da relevancia local y contacto directo con su audiencia.”* *“Producimos casi todo in house, pero es importante matizar con contenidos rodados en exteriores”,* señaló Verónica Rondinoni. *“Desde siempre en TV hubo que cuidar el peso y controlar los costos. Gourmet produce*

el 90 por ciento de su programación in-house y se pueden cuidar los costos sin bajar la calidad, ni bastardear el resultado. La única forma de hacerlo es planificar correctamente, invertir mucho tiempo en la planificación para después trabajar al minuto”, agregó.

Pablo Culell explicó que *“el casting depende de la historia. Un actor consagrado no es garantía de éxito, sí para el marketing. La elección del casting es importante que dependa del personaje de la historia que se quiera contar. No hay garantía de resultado con un talento consagrado. Si la historia no está lograda en toda su fórmula, no sirve sólo un actor convocante. El actor debe estar pensado de acuerdo al personaje, y no al marketing”*.

Según destacó Lucas Rojo, *“hay un nuevo formato, la coproducción, que superó al full commission. Seguimos buscando nuevos modelos. El proceso de pitching es central, ya que a partir de allí la producción comienza a tomar forma. Actualmente, cuando entregamos un producto para el digital, se genera a la vez material de*

producción y material de promoción para todas las plataformas. Esto conforma ahora el packaging del producto”

A su turno, Sebastián Beltrami habló de las transmisiones de las entregas de premios y aseguró: *“En televisión siempre buscamos lo que tiene que ver con el sentimiento de la gente y la generalidad del producto. Buscamos la expresión del que ganó, el que perdió, el que pensó que iba a ganar... Los productos de El Trece, siempre tiene que ver con la alfombra roja, mostrando todo lo que tiene que ver con la llegada de las figuras, la moda, los chimentos que hacen a la actualidad de la televisión”*.

Manuel Martí manifestó que *“los desafíos son muchos: que los elencos sean excelentes en talento, que las cámaras sean premium porque se compite con contenidos de Hollywood. Desde las OTT lo que queremos es que la gente los vea. Uno antes estaba acostumbrado a salir al aire con 2 ó 3 episodios y ahora tienen que estar 8 ó 10 listos para cuando sale la primera ventana al aire. Es un desafío grande, pero vemos desde*



LO MEJOR DEL DEPORTE ESTÁ EN TyC SPORTS



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

Visítanos en el stand 9 de Chile Media Show

TyC Sports

los resultados que vale la pena."

En base a su experiencia, Mariana Pérez indicó: *"Hoy los Focus Groups nos dan mucha más certeza a la hora de producir y para temporadas sucesivas se trabaja más eficientemente con foco en lo que el consumidor va marcando. Desde la compañía creamos un departamento de Casting, con Teresa Rucci a la cabeza, para cuidar que el talento tenga un trato especial. Si no los cuidamos, se van a otro lado."*

Luego expuso Raúl Slominsky, quien expresó que *"hoy se trabaja para satisfacer el pedido de programación de canales de cable y también con canales de aire. Se trabaja en ideas, generamos contenidos, proponemos, ellos sugieren y nosotros nos encargamos de la producción. Trabajar para canales de cable te exige un alto nivel de calidad. Hay coproducciones con canales de aire y con canales regionales de cable."*

Por último, Germán Groba sostuvo: *"Generamos producciones regionales con IP (Intellectual Property) propio. No solo satisfacemos la grilla, sino franquicias que generen negocios 360. Es por eso que el casting es tan importante para la ampliación de un producto desde su preproducción. La grilla la componemos con contenido de Estados Unidos, con contenido local de excelente talento y cada vez más nos nutrimos de contenidos que se producen en Europa y compartimos producciones"*

Sesiones Técnicas y Workshops

Las Sesiones Académicas Técnicas convocaron, como todos los años, a aquellos interesados en las últimas novedades en tecnología y equipamiento. En esta edición, la actividad organizada por la Comisión Técnica de ATVC se llevó a cabo bajo el lema *"Abriendo puertas al mundo IP"*. De este modo, los distintos oradores fueron escuchados por un nutrido grupo de asistentes.

Tras el desayuno para los participan-



tes y luego de escuchar las palabras de bienvenida de Walter Burzaco, presidente de ATVC, la primera presentación estuvo a cargo de Claudio Righetti, Jefe de Arquitectura de Dato, Gerencia De Ingeniería, de Cablevisión. El profesional habló sobre *"Tendencias en la Oferta y Demanda de Tráfico en Internet"*

Lo siguió Eduardo Panciera, Jefe de Arquitectura y Tecnología de la misma gerencia del MSO, quien abordó el tema *"Nuevas Tecnologías en Redes de Acceso: D3.1, Arquitecturas Distribuida y Virtualización"*

Juan Ramón García Bish, integrante de la Comisión Técnica de ATVC fue el responsable de la charla sobre Docsis Supercharged, EL Desafío HFC versus FTTH, mientras que cerró el programa el disertante invitado, Rodrigo Plaza, para exponer sobre *"La Evolución del Hogar Conectado"*

Los Workshops Técnicos congregaron a una variada gama de empresas y especialistas. Estos fueron los diversos expositores y los temas que se desarrollaron:

Hernán Hoczman, Gerente de Servicios Latin América de Hansen Technologies, HANSEN TECHNOLOGIES, Pay Media - CRM y billing como herramienta clave para el crecimiento de servicios multipantalla"; Emilian Bonansea, Gerente de Tecnologías de Interlink, "HD directo al TV"; Hugo Caudet, Viditec Product Manager, y Diego Tanco, Wellav Regional Manager, "Sistemas integrados de codificación y modulación para dar fútbol por TV Cable"; Diego Borenguer y Miguel A. Martínez, PM IP Services de Solution Box, "Gpon Huawei y cómo integrar TV inteligente"; Carlos Reyes, Gerente de Ingeniería de Ventas de Arris, "Evolución de la red: implementación de DAA"; Gabriel Ricardo Hahmann, Sales Director, Brazil and Southern Cone de Irdeto, "Seguridad 360: el secreto para transformar su negocio"; Ariel Laganá, Director Comercial de Stechs, "Transformando la experiencia del cliente"; Guido Otero, del área de Nuevos Desarrollos de Software de Latino TCA, "La evolución de FTTH: Phantom".

Conferencia SCTE/ISBE

Organizadas por la Society of Cable Telecommunications Engineers, estas conferencias completaron el menú orientado al personal con perfil más técnico de los sistemas de TV por Cable. Tras las presentaciones, abrió la agenda Dennis Brown, SCTE-ISBE

Director, Engineering Education. Su tema: "Remote PHY". Allí quedó claro que el crecimiento exponencial en la demanda de ancho de banda y la aparición de nuevos servicios exigen nuevas Arquitecturas en Redes de Distribución de Datos (DAA).

Luego Steve Harris, SCTE-ISBE Senior Director, Engineering and Field Education, habló de "Fiber Deep", para llevar la fibra más cerca del hogar y detalló los beneficios, equipos y arquitectura de estas redes.

Rodrigo Plaza, Sales Engineering Manager de ARRIS continuó con "Una Visión Moderna de las Redes Hogareñas" y comentó las últimas tendencias como el IoT (Internet de las cosas), streamings, seguridad, etc. Para culminar, Paul Rodrigues, SCTE-ISBE Director Field Education, profundizó sobre "Docusis 3.1"

Capacitación Audiovisual

El Distrito Audiovisual de la Ciudad de Buenos Aires brindó nuevamente junto a ATVC su Jornada de Capacitación Audiovisual, en este caso divididas en dos partes: una vinculada a los contenidos de Gastronomía y la otra a contenidos periodísticos.

La primera estuvo a cargo de Verónica Siracusano, quien se desempeñó varios años en el canal El Gourmet, e incluyó entre los principales temas: Claves para hacer programas de cocina exitosos, Presupuesto y calidad de producción, La cocina tras la cocina y Algunas experiencias que valen la pena compartir. Más tarde, Soledad Girardi (ex Canal 13, Telefe y la TV Pública, entre otros), abordó el capítulo de Producción Periodística. Su exposición se fragmentó en varios capítulos: ¿Cuál es la tarea del Productor periodístico?, ¿Cuál es su rol en Formatos de No ficción?, ¿Cuál es su función en Formatos de ficción?, El rol del Productor periodístico en los diferentes estadios del proceso audiovisual, Herramientas frente a imprevistos, El rol del público, Autorización de imágenes, Release, Archivo.



¡BUENAS NOCHES AMERICA!



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

Desde Argentina, para toda Latinoamérica.



Departamento Venta Señales
5411 4370 1395 | 5411 4339 1541



Contenidos que conectan

 @ArtearMarketing

artear
www.artear.com

Galeria en fotos



Agustín Bertamoni y Ariel Laganá de STECHS



Alejandro López y Carlos Terzian



Cableoperadores de Perú con Pompeyo Pino de RFI



Cablevisión en Jornadas



Carlos Granzotto y Juan Ramón García Bish de GIGARED



Claudia González y Jimena Pérez de ATVC



Claudio Baglietto de ACONTECEM



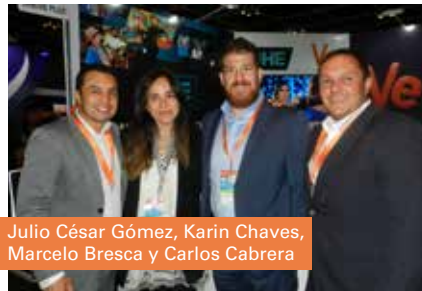
Daniel Corbalán, Ma. Eugenia Muscio, Alejandro Harrison y Eduardo Uría



David Ecker de DW



Karina Castellano de CineAr



Julio César Gómez, Karín Chaves, Marcelo Bresca y Carlos Cabrera



HBO en Jornadas



Hugo Caudet de Viditec



Luis Nogaró de Turner



Jorge Gutiérrez y Hortensia Espitaleta de AZTECA



Las "chicas" de Telefe / Viacom



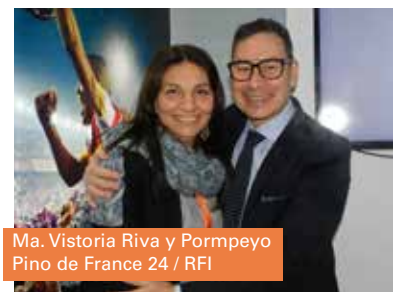
LatinoTCA en Jornadas Internacionales



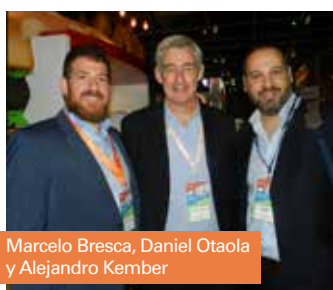
María Domínguez de TELEARTE



Ma. Eugenia Ramos Mejía de EWTN



Ma. Vistoria Riva y Pompeyo Pino de France 24 / RFI



Marcelo Bresca, Daniel Otaola y Alejandro Kember



Marcelo Juárez de Supercanal



Mariano Surghy y Gustavo Villegas de QVIX



Mauro Páez-Pumar y Nora Abrego de Food Network



**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

Galería en fotos



Multiradio y Commscope presentes en Jornadas



Néstor Stella y Eduardo Stigol



Nicolás Molinari, Fernando Escobar, Gabriel López y Marcelo Picazos de BCD



Omar Figliolia y Adrián Paternoster



Oscar Castagnola, José Ignacio Lladós, Juan Manuel Betancor, Javier Mercade, Mariano Malvasio, Carlos Fridman y Hernán Chiofalo de TyC Sports



Ricardo Masini y Jorge di Blasio



Rolando Figueroa y Javier López Casella de ZEE MUNDO



Rubén Massei de TPO y Ángel Padula de TELERED



Sergio Canavese, Elisabet Blanco y Gabriel Bomio



Ricardo Solari de CAPER y Walter Burzaco de ATVC



Staff de AMT



Staff de Disney ESPN



Staff de RTVE junto a Oscar Pagani de Teleread



Steve Harris de la SCTE junto a Juan García Bish, Eduardo Uría y José Machao de la Com. Técnica de ATVC



Susie Verdes, Alejandra Olea y Moisés Chico de Stingray



Victoria Vorontsova, Karina Melikyan e Igor Kolesnikov de RT



Video Cable Ameghino visitando INTERLINK



Staff de FOX



Staff de Wiretech



Yanina y Eduardo Martínez de ERGON Cable

PROGRAMAS ÚNICOS | GRANDES PRODUCCIONES
LA LIGA ITALIANA DE FÚTBOL



**DON
MATTEO**

DISFRUTE DE LAS MEJORES SERIES ITALIANAS.

Premios ATVC celebra sus primeros 25 años



La ceremonia de entrega se llevará a cabo el 30 de noviembre en el hotel Hilton Buenos Aires.



La Asociación Argentina de Televisión por Cable se prepara para celebrar la 25ª edición de Premios ATVC, certamen que condecora a las mejores realizaciones de televisión por cable de la Argentina y la región.

Este año se presentaron programas de canales y señales diversos orígenes como Ciudad y provincia de Buenos Aires, Santa Fe, Mendoza, Tierra del Fuego, Misiones, Córdoba, Entre Ríos, Jujuy, Santa Cruz, Salta, Corrientes, Río Negro, Tucumán, La Pampa y San Luis de Argentina, además de Uruguay y Paraguay.

El 27 de octubre se darán a conocer los nominados, que estarán publicados en la web de ATVC, y a partir del lunes 30 se podrán adquirir las entradas para participar de la noche de gala el 30 de noviembre en el salón Buen Ayre del hotel Hilton Buenos Aires en la que se entregarán los Premios ATVC. La venta continúa hasta el 24 de noviembre o hasta agotar stock.

Las bodas de plata de los Premios ATVC llegan en una etapa signada por una gran transformación en todos los planos de la cultura argentina. Den-

tro de este marco, los galardones representan la confirmación de que la industria tiene en estas producciones un sostén fundamental, ícono de la construcción de una alternativa pluralista y de integración regional. Ese es el rol que ha jugado la TV por Cable a lo largo de su historia, y el camino que desea continuar recorriendo. En esta edición, el jurado se ha propuesto evaluar las presentaciones a partir de un criterio sobre nuevos enfoques acerca de temas conocidos, contados desde la óptica de un mensaje audiovisual renovado. Si bien el entretenimiento siempre debe ser el fin último de cualquier tipo de producción de estas características, los Premios ATVC buscan una conjugación entre el divertimento, la información y la búsqueda de forjar el conocimiento en el público.

Los miembros del Jurado son **Eliseo Álvarez**, su Presidente, **Federico Guerra** (Géneros: Asuntos Agropecuarios / Ciencias, Tecnología y Medio Ambiente), **Silvia Hopenhayn** (Género: Cultural), **Alejandro Fabbri** (Género: Deportivo), **Camila O'Donnell** (Género: Documental), **Aldana Duhalde**

(Géneros: Educativo / Infantil), **Luis Cuelle** (Género: Interés General), **Antonio Tarragó Ros** (Género: Musical), **Hugo Grimaldi** (Género: Periodístico de Opinión), **Alfredo Leuco** (Género: Periodístico Informativo - Noticiero) y **Carlos Acosta** (Género: Promocional).

Federalismo y diversidad

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

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

De acuerdo al reglamento, los programas concursantes pueden ser realizados por los canales participantes o coproducciones, como resultado de la asociación de empresas de cable con productores locales. Los productores o empresas productoras deben tener residencia en el área de cobertura del cable.

Entre los objetivos de los Premios ATVC se pueden mencionar: *reconocer el trabajo y la creatividad de los canales de cable, señales satelitales, realizadores y productores que emiten sus programas en Argentina, integrar a los países latinoamericanos y sus producciones locales, promover y facilitar el conocimiento e intercambio de esas producciones, y destacar a la TV por Cable como un medio de comunicación social, representativa de la comunidad donde funciona.*



Hitecno

s o l u c i o n e s



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

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

“Nuestras producciones se ven en todo el mundo”

Javier Figueras habló de la trascendencia que han tomado los contenidos latinoamericanos a nivel global.



La actualidad encuentra a HBO en un momento exitoso en la región. La gran apuesta de 2017, *El Jardín de Bronce*, fue un éxito absoluto. Pero no es algo casual, ni fruto de un esfuerzo puntual. Así lo explicó a Revista ATVC Javier Figueras, Vicepresidente Corporativo de Relaciones con Afiliados en la región, quien sostuvo que se trata de un hito más en una larga trayectoria.

“Estamos orgullosos de haber tomado el posicionamiento de líderes del mercado desde hace muchos años. Lanzamos en 1991 como el primer canal Premium de Latinoamérica. Y hemos estado haciendo las cosas muy bien desde entonces. Hemos, de alguna manera, satisfecho las expectativas del consumidor en cuanto al contenido, ya sea a través de las películas, que era lo más relevante en la primera época”, rememoró el ejecutivo.

“A través de los éxitos que fuimos logrando, fuimos dándole al consumidor lo que esperaba y generando esa expectativa de ofrecerles siempre lo mejor. Hemos estado acompañando a la industria y hemos crecido juntos. Hemos sido pioneros en muchas cosas. Pero eso crea también una gran responsabilidad, porque el tema no es llegar sino mantenerse”, aseguró.

Figueras se detuvo en el auge de la producción original y las coproducciones con socios locales en Latinoamérica, que algunas compañías presentan como algo nuevo. Sin embargo, recordó: “Nosotros llevamos más de 25 años haciéndolo en Estados Unidos, y más de 15 en América Latina. De alguna manera veíamos cómo el



Javier Figueras

consumidor, más allá de las películas más taquilleras de Hollywood, también quería ver otras historias. No solo la película que podía ver en una sala de cine y después en el televisor, sino historias que podíamos contar sin ningún tipo de compromiso con anunciantes, porque siempre hemos sido un canal de suscripción.”

El entrevistado destacó que esa independencia le dio a HBO la oportunidad de tener “las manos libres” para producir y contar las historias a su antojo, sin ataduras, desde su propio punto de vista. “Y ahí es donde llegaron las grandes producciones, como *Los Soprano* o *Roma*. O la gran producción que dio muchísimo que hablar, *Band of Brothers*, que por primera vez unió a Tom Hanks con Steven Spielberg. Y fue la primera vez que para una producción de televisión se gastaron más de diez millones de dólares por episodio”, recordó.

“Han pasado tantos años. Esto que tenemos hoy lleva años construyéndose. Y justamente ahí es donde está la muestra del liderazgo. Hoy en día todo

el mundo habla de *Game of Thrones*, pero para llegar a *Game of Thrones* hubo que pasar por muchas etapas. No fue un golpe de suerte. Es producto de todas estas experiencias anteriores”, agregó.

Y aseguró que lo mismo sucede en Latinoamérica: “Cuando hicimos la primera gran producción, *Epitafios*, lo hicimos junto con Pol-ka. Y estamos muy contentos con lo que se logró. Hoy se habla de las coproducciones como la gran novedad del mercado, pero eso en realidad ya se hizo hace muchos años.”

“Ahora hay muchas más compañías queriendo hacer lo mismo, siguiéndole los pasos al líder. Por lo tanto, vas a ver muchas más coproducciones. Pero nosotros ya lo habíamos hecho en 2001 en Argentina, y también lo hicimos en toda Latinoamérica. Llevamos muchos años haciendo producciones originales en la región, o coproducciones”, explicó.

Y así volvió al punto de partida, el gran éxito de *El Jardín de Bronce*: “Ha sido nuestra gran apuesta en este 2017, regresando a Argentina de la mano de Pol-ka, haciendo un thriller de la gran novela de Gustavo Malajovich. Ha sido la serie de producción latinoamericana más vista en Brasil también, así que hemos logrado hacer el crossover, que los brasileños disfruten el contenido que se produce en Argentina.”

Por último, destacó la trascendencia de los productos surgidos en la región: “Me enorgullece estar en mi casa en Estados Unidos, poner HBO y poder ver *El Jardín de Bronce*. Hoy en día está en más de 56 países. Y eso es algo que hemos logrado: hacer producciones en Latinoamérica que los franceses las quieren ver, que los israelíes las quieren ver, que los italianos las quieren ver, que se traducen en diferentes idiomas, y la expansión de estas grandes producciones sin dudas va a seguir.”



EL MEJOR ENTRETENIMIENTO EN ESPAÑOL



Antena 3



ATRESERIES



ATRESMEDIA
INTERNACIONAL



www.atresmediainternacional.com

Télam crece y mira más allá de las fronteras

Tras la mejora y diversificación de la oferta, la mira está puesta en la posibilidad de expansión internacional.



Elisabet Blanco

El tratamiento de las noticias en la agencia nacional Télam y el servicio que se ofrece a los clientes tuvieron importantes cambios a partir de la nueva gestión que comenzó hace casi dos años. Para explicarlos y adelantar además otras novedades, Elisabet Blanco, Gerente de Comercialización y Marketing, habló con Revista ATVC. Como primera medida, mencionó la creación, dentro del área de Periodismo, de la subgerencia de Nuevas Tecnologías, que se encuentra a cargo de Magdalena Cash. Esta subgerencia es la responsable de todo lo relacionado con videos, audios, redes sociales, infografías y web.

“Al crearse esta nueva posición se empiezan a potenciar todos estos contenidos. Esta agencia históricamente fue texto y fotos. En la actualidad, lo que antes era la cablera es una plataforma multiservicios, donde se ofrece la información en todos los formatos”, señaló Blanco.

En ese sentido, hizo un recorrido por las mejoras incorporadas: *“En un primer paso se mejoraron las infografías, tanto su estética como el contenido. Y ahora vamos hacia las infografías animadas, interactivas”. Según destacó, lo que se logró con la subgerencia de Nuevas Tecnologías fue “darle otra relevancia a esos contenidos. Que no sean complemento de otra cosa, sino productos en sí mismos, para estar a tono con un mercado que va en ese sentido.”*

Otro de los aspectos clave que se

trabajaron en esta última etapa tiene que ver con el video. Los videos de Télam son muy utilizados por todos los canales de televisión. Para mejorar esta parte de la oferta, se trabajó tanto en la calidad como en el aspecto cuantitativo. Actualmente se ofrecen entre 30 y 40 videos diarios. Los clientes que contratan el servicio, los pueden descargar desde la plataforma, lo mismo que el material de archivo.

“Nosotros subimos los videos en diferentes formatos: lo hacemos en HD y en una calidad para sitios web. El video se sube la versión limpia, para que el cliente lo pueda descargar, lo pueda editar, poner su logo, darle su formato”, puntualizó Elisabet Blanco. Otro formato que adquiere especial importancia en el interior del país, sobre todo para las radios, son los audios. Télam ofrece tanto boletines informativos, que se emiten cada media hora, como los panoramas informativos, sobre Deportes, Internacionales y Cultura, entre una y dos veces por día.

Una de las novedades de aparición inminente es un nuevo producto denominado Multilab. Según la ejecutiva, *“es un producto que se propone, en una sola entrega, articular diferentes piezas. Un especial de Multilab va a contener texto, fotos, video e infografía, para que el cliente pueda armar su informe. Está pensado especialmente para sitios web, para que puedan tener la solución completa.”*

Por la elaboración que implica este tipo de especiales, la idea es producir en principio unos tres por mes, para luego ir incrementando la cantidad. *“Es todo un laboratorio nuevo que estamos armando dentro de la agen-*

cia, donde tratamos de unir los diferentes productos. Van a ser temáticas diversas”, agregó.

Otro tema a la cual se está dando mucha relevancia en esta etapas es la internacionalización de la agencia. *“Analizamos las necesidades que existían y tenemos secciones ya en nuestro servicio donde publicamos información, por ejemplo, de Cono Sur. Antes solo existía Internacionales como sección. Hoy hemos focalizado y tenemos también Latinoamérica y Cono Sur”,* detalló Elisabet Blanco.

Según las métricas que maneja Télam, la información de esta región tiene una cantidad de descargas importantes. Eso demuestra que hay una falta de información. Así lo explicó la entrevistada: *“No hay agencias regionales fuertes. Están Andina en Perú y Notimex en México, pero en el Cono Sur propiamente no existe algo equivalente. Por eso hay una oportunidad para salir a ofrecer un servicio y ser un referente del mercado hispanoparlante. La idea no es que los medios den de baja a las agencias de sus países, sino que les podamos sumar contenidos e información que hoy no tienen.”*



Elisabet Blanco y Ana Vaschuk



FLOWDAT
Sistema de Aprovisionamiento para
Redes de Internet



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




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

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



casa systems
Equipamiento CMTS Docsis 3.0 y 3.1

Equipos C40G y C100G
Docsis 3.0, 3.1 y Remote Phy
Plataforma Carrier Class
Video digital, Video IP
Conexiones de alta velocidad



El equipo EMR 3.0 permite:
Gestión de cualquier tipo de entradas
Combinación en chasis de 1U y 6 slots para tarjetas
Capacidad de 36 canales digitales no adyacentes
Mejor aprovechamiento de la grilla de canales



Llega una nueva edición de CAPER

El tradicional encuentro presenta las últimas novedades en tecnología y equipamiento para el mercado.

Del 25 al 27 de octubre se lleva a cabo una nueva edición de CAPER Show, el evento donde los más importantes proveedores de tecnología para la industria audiovisual presentan sus productos y servicios.

Más de 80 empresas nacionales y extranjeras, fabricantes y distribuidoras de tecnología para el sector completan unos 2000 metros cuadrados de stands comerciales en el habitual escenario de Costa Salguero, en la ciudad de Buenos Aires.

Además de las empresas, participan en esta vigésimo sexta edición organismos gubernamentales, cámaras e instituciones de la industria y medios de prensa especializados.

Junto con la muestra comercial, se lleva a cabo un completo Programa de Conferencias, Mesas Redondas, Workshops, Seminarios y Master Classes que abarcan distintas temáticas de interés de la Industria Audiovisual Profesional: Broadcast, Cable, Satélite, Cine, Iluminación y Audio.

Prestigiosos disertantes internacionales comparten sus experiencias con el público y dan a conocer las últimas tendencias y tecnologías de la industria audiovisual. Directores de cine y televisión, directores de fotografía, productores, post productores de audio y video, ingenieros, especialistas en efectos especiales y animación, entre otros, convocan a los oyentes cada año.

Entre las conferencias se destaca la



Ricardo Solari y Ma. del Pilar Orge

denominada **“Más Pymes, más convergencia. Apertura del debate sobre la situación de las Pymes convergentes”**. Allí se expondrán dos modelos de empresas Pymes dedicadas a la conectividad y producción de contenidos propios. Su posición respecto de la situación del mercado, las regulaciones y la concentración. Los disertantes serán David Matzkin, de Cabledigital, y Christian Metrebián, de Carlos Paz Televisión.

También se presenta la conferencia a cargo de TNT Sports, en la cual compartirá su experiencia sobre la transmisión del fútbol argentino a través de la nueva plataforma. Se hablará sobre la ingeniería y operación del canal de Turner dedicado a deportes en Argentina. La exposición estará a cargo de Gabriel Basabe, Executive Director, T&O Country Manager Turner, junto al equipo de Tecnología y Operaciones de la compañía.

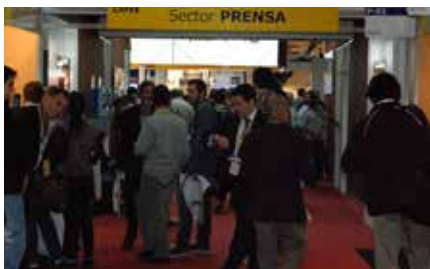
En cuanto a las actividades relacionadas con el audio, que también se llevarán a cabo en paralelo con

la exposición comercial, se puede mencionar la Master Class que realizará AES (Audio Engineering Society Sección Argentina), la cual contará con la participación especial de los sonidistas de los grupos Los Pericos y Eruca Sativa, y del folklorista Bruno Arias, quienes van a operar en vivo con consolas provistas por varias de las empresas expositoras. Esto permitirá al asistente de CAPER 2017 la experiencia de evaluar en directo las soluciones y la calidad de los equipos.

Además, durante los tres días de la exposición, se realizarán Demos de Sonido al Aire Libre a cargo de empresas expositoras que proveen equipamiento para los grandes shows de nuestro país y del exterior. Se efectuarán demostraciones de equipamiento las empresas Equaphon Sistemas de Sonido, Stanich Audio y ARS Technologies. Los interesados podrán solicitar información técnica tanto en este espacio exterior como en los stands de cada una de las compañías, en el interior de la exposición.

Por otra parte, el IEEE Sección Argentina participa de CAPER 2017 a través de dos Conferencias: la primera, el miércoles 25, a las 13 horas, donde Richard Chernock presentará el tema **“Próxima generación de Sistemas de Televisión Digital”**. Al día siguiente, jueves 26, a las 12.30 horas, Eric Wandell hablará de **“Diagramas de Antenas direccionales para FM y TV, usando modelos computarizados”**.

Está disponible también la app de CAPER 2017. Los interesados pueden descargarla de Apple Store y Google Play Store. Allí se puede consultar la lista de expositores con sus contactos e información general, el Programa Académico y muchos datos más que permitirán a los asistentes optimizar su visita a CAPER Show.



UTILICE NUESTRA INTELIGENCIA

DE DATOS PARA PROTEGER SUS INGRESOS

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

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

www.verimatrix.com/es

El Show de la TV de nuevo en Santiago

Chile Media Show vuelve a convocar a los principales actores del mercado andino en torno de la industria de la TV y los contenidos.

CHILEMEDIASHOW
2017 summit



Durante el martes 21 y el miércoles 22 de noviembre, el Hotel Intercontinental de Santiago de Chile recibirá a productoras de contenidos, operadores de cable, programadores de televisión 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, que participarán de una nueva edición de Chile Media Show, el tradicional evento que se celebra anualmente en ese país.

Continuando con su objetivo de mejorar, los organizadores proponen que este 2017 las empresas participantes incursionen en un nuevo e innovador formato denominado "Screenshots", que ya se puso en práctica en la última edición de Punta Show, en Uruguay. Con esta nueva modalidad, cada marca puede realizar una presentación de sus próximos lanzamientos en contenidos (similar a un Upfront de sus mejores producciones), productos o servicios. De este modo, se busca una mayor exposición de la oferta de cada compañía.

El objetivo es que las compañías de contenidos y señales puedan montar un show presentando sus novedades a cableoperadores y agencias de medios, así como también a todos los representantes de la industria audio-

visual chilena, para luego seguir en profundidad en el mano a mano con sus clientes. Esto permitirá una mayor exposición para los que busquen cerrar acuerdos comerciales y un mayor conocimiento de qué ofrece cada generador de contenido para los interesados en adquirirlos.

Exposición y conferencias

Por otra parte, Chile Media Show contará también con su tradicional exposición comercial y su propuesta de conferencias, charlas y workshops, focalizadas en la atención personalizada de los clientes y contenidos a exponer, atendiendo a las necesidades y temáticas que afectan la región. Instalándose nuevamente en el Hotel Intercontinental, este evento buscará generar el relacionamiento más cercano y productivo entre cableoperadores, señales, agencias, productoras y participantes.

En esa línea, algunas de las empresas y marcas que estarán presentando sus conferencias y workshops son Fox Sports, Disney/ESPN, Huawei, Samsung, GATEL, Network Broadcast, YouCast, Furukawa, TAC, entre otras.

Asimismo, para la exposición comercial ya confirmaron su presencia Fox Networks Group Latin America, Discovery, AMC, Turner, Disney/ESPN, TyC Sports, Gatel, Samsung, María Visión, Cisneros, TAC, Sun Channel,

Canal U, SGD G y Grupo Z.

En el marco de esta nueva edición de Chile Media Show se llevará a cabo también la Conferencia Certal. El foco estará puesto en los distintos aspectos de la lucha contra la piratería en la región, y participarán especialistas de varios países, así como también representantes de las compañías proveedoras de programación. La temática viene siendo tratada con continuidad en los distintos escenarios, ya que representa un desafío prioritario para la industria.

Sólido crecimiento

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

Chile Media Show se plantea como objetivo un mayor acercamiento a todos los actores políticos, broadcasters, operadores y altos ejecutivos de medios, así como con los principales reguladores y técnicos de la región.

PIERCE BROSNA N

THE SON

MI FORTUNA ESTÁ
MANCHADA DE SANGRE

ESTRENO DOMINGOS

amc

"BASADA EN LA NOVELA EL HIJO DE PHILIPP MEYER"

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

 /AMCTVLatam  @amctv_la  @amctv_la

Una serie de National Geographic y Banco Santander

La coproducción muestra cómo los avances tecnológicos y los proyectos de varios emprendedores han tenido impacto en la sociedad y el medio ambiente.



National Geographic y Banco Santander presentaron este mes el estreno de "Hacia un mundo mejor", una producción que destaca proyectos de jóvenes emprendedores y muestra de qué forma los avances tecnológicos impactan en la sociedad, el medioambiente y ayudan a llevar una mejor calidad de vida a las personas.

La coproducción busca recrear la magia de la tecnología y su impacto en la sociedad a través de historias humanas que muestran la sólida conexión entre el hombre y la innovación en pos de mejorar la vida de las personas y sus comu-

nidades. Las historias que se emiten tienen lugar en Reino Unido, Brasil, Chile y España.

El primer episodio cuenta la historia de Álvaro, un niño que padece de atrofia muscular espinal, una enfermedad genética, y fue elegido para participar del proyecto NaoTherapist, herramienta terapéutica de rehabilitación motriz para niños con discapacidades en las extremidades superiores en la que un robot terapeuta social, interactivo y autónomo es capaz de percibir las reacciones del paciente y determinar si hace correctamente sus ejercicios.

Creado por los ingenieros José Carlos Pulido y José Carlos González, el proyecto de rehabilitación robótica ganó el año pasado tercer premio del Programa Santander Yuzz, concurso de tecnología disruptiva que cuenta con el apoyo de Santander Universidades, que mantiene más de 1200 acuerdos de colaboración con instituciones académicas en todo el



mundo.

"En National Geographic siempre estamos en la búsqueda de historias inspiradoras, así como nuevas experiencias y oportunidades de entretenimiento y difusión para distintas marcas. Esta nueva alianza con Santander nos permite ofrecer toda nuestra fuerza multiplataforma para potenciar una iniciativa sumamente admirable en la región con programas para jóvenes emprendedores y dar a conocer los talentos escondidos en la región", señaló Juan Vallejo, EVP Commercial Partnerships, FNG Latin America.

Otro galardón internacional para TN

El canal de Artear fue elegido como el mejor servicio móvil de noticias del mundo.

Las aplicaciones de TN para iPhone y Android fueron premiadas en los prestigiosos WAN-IFRA World Digital Media Awards con el galardón al Mejor Servicio Móvil de Noticias. Los premios son organizados por la Asociación Mundial de Periódicos y Editores de Noticias (WAN por sus siglas en inglés), fundada en 1948 y compuesta por más de 3000 empresas de medios y tecnología de todo el mundo.

En 2017, las aplicaciones de TN fueron completamente rediseñadas con el foco puesto en mejorar, en todos los aspectos, la experiencia del usuario. Así, con la inmediatez de la información como objetivo, un equipo de desarrolladores, periodistas y diseñadores trabajó eva-

luando las necesidades más demandadas por los cientos de miles de usuarios que utilizan esta plataforma cada mes.

Desde su concepción, la app de TN buscó incluir la mayor cantidad de servicios para que los usuarios pudieran encontrar de manera rápida toda la información necesaria sobre lo que está pasando en la Argentina y el mundo. En ese contexto, estas son sus funcionalidades destacadas: hasta cinco transmisiones en vivo en simultáneo, posibilidad de enviar videos del teléfono a todas las pantallas, notificaciones inmediatas, la opción de ver videos al mismo tiempo que se lee una nota, videos en 360 con soporte para Cardboards y todos los resultados del fútbol en un solo lugar.

Por otro lado, la relación con los usuarios es un pilar en la evolución de la aplicación. "Más allá de todos los análisis que se hicieron para la construcción de la aplicación, en los que se revisaron es-

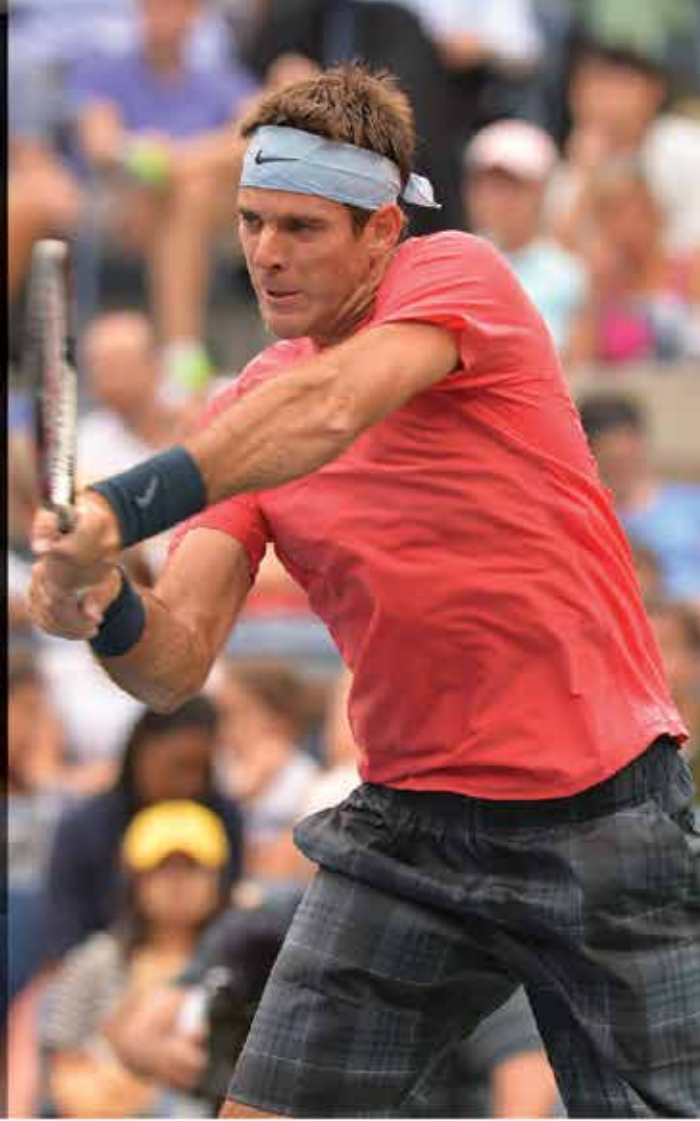


tándares de diseño, últimas tendencias en desarrollo de aplicaciones nativas y web, y mejores funcionalidades editoriales, las mejoras tuvieron una inspiración fundamental: nuestros usuarios", indicaron desde la compañía.

"Cada día por la mañana, los equipos de desarrollo de TN leen cada comentario, cada problema y cada sugerencia de los usuarios de la aplicación. Así, a través de una metodología ágil que permite sumar novedades y mejoras de manera constante, nuestra App también crece a partir de lo que los usuarios nos exigen para ser cada vez mejores y más confiables", concluyeron.



EL PODER DEL VIVO



VENTASAFILIADOSLA@ESPN.COM



ESPN

Campaña de ¡Hola! TV contra el cáncer de mama

“La protagonista eres tú” involucra a las conductoras del canal para interpelar a las televidentes y poner el acento en la prevención.

Como todos los meses de octubre, desde hace ya cuatro años, ¡Hola! TV presenta su campaña contra el cáncer de mama. En esta ocasión, el canal le cede el protagonismo a su audiencia con el objetivo principal de provocar una respuesta positiva en millones de mujeres a las que le llega cada día el canal.

Para ello, el equipo de ¡Hola! TV eligió el lema “La protagonista eres tú”, con el que durante todo el mes de octubre quiere concientizar acerca de la importancia de los chequeos periódicos en la lucha contra esta enfermedad. Además, a esta campaña se une el talento del canal, de manera que Natasha Cheij, Daniela Di Giacomo, Lucía Riaño, Ana María Monroy y María José Barraza se dirigen de forma directa a la audiencia para insistir en que la mujer es la protagonista cuando se trata de prevención. Adicionalmente, la señal desarrolla

distintas iniciativas en su programación, incluyendo invitadas en sus programas, quienes compartirán sus testimonios, uniéndose en el apoyo a la prevención de la enfermedad.

“La protagonista eres tú” está presente también en todas las plataformas digitales de ¡Hola! TV, donde diariamente miles de seguidoras interactúan con el contenido del canal.

Coberturas especiales

En cuanto a la programación destacada, después de dedicar el mes de septiembre a la moda, las pasarelas siguen cobrando especial protagonismo en ¡Hola! TV durante octubre y noviembre. Con motivo de la celebración de las pasarelas más importantes de Centroamérica, el canal realizará programas especiales, dentro del espacio ¡Hola! Fashion, en los que se repasarán las últimas tendencias y las colec-



ciones de los diseñadores más buscados, así como las celebridades que acuden al evento.

Como ya hiciera en Colombia Moda, el canal pone ahora el foco en la sexta edición de Nicaragua Diseña, la plataforma de moda más importante del país, que se inaugura el 6 de octubre con el lema “Cambiamos nuestro punto de vista”. Luego llegarán también Panamá Fashion Week y Guatemala Fashion Week.

ENTREVISTA

“Una solución musical de vanguardia”

La compañía proveedora de contenido musical planea nuevas alianzas y busca ampliar su base de distribución en la región.

“El aumento de nuevas plataformas digitales en la región es muy favorable para Stingray e incrementa nuestras posibilidades de penetrar aún más este mercado. Para apoyar nuestros esfuerzos de distribución hemos creado la posición de Director de Desarrollo de Negocios para América Latina y designado a Mariana Ferreira para desempeñar esta nueva función”, afirmó a Revista ATVC Alejandra Olea, Gerente General Latinoamérica de Stingray.

La ejecutiva señaló: “Contamos con un amplio catálogo de productos musicales en todos los géneros e invertimos constantemente en nuevas tecnologías para ofrecerles a los proveedores de entretenimiento una solución musical de van-

guardia que sus clientes puedan disfrutar desde cualquier plataforma”.

En ese sentido, agregó: “El panorama actual de la industria del entretenimiento, en donde el consumidor es el que manda, nos impulsa diariamente a mantener un portafolio de productos relevantes para el mercado regional y local, y continuar siempre explorando distintas maneras de optimizar nuestra oferta musical, ya sea tecnológicamente o a través de nuevos contenidos”.

A poco de adquirir el canal internacional de televisión iConcerts, la empresa proveedora de servicios de música multiplataforma lo fusionó con Stingray Concerts para así ofrecer un canal de conciertos y espectáculos denominado Stingray iConcerts, el cual se suma al paquete de ofertas de Stingray en la región: Stingray Music, Stingray Karaoke, Stingray DJAZZ, Classica, Festival 4K, Stingray Ambiance 4K; los canales de video musicales Juicebox, Loud, Vibe, Retro, Lite TV y C Music, dedicado a videos de música clásica y de bandas sonoras



Alejandra Olea

de películas, y a las aplicaciones Yokee (karaoke), Yokee Piano y Yokee Guitar. Por último, Olea aseguró que la reciente participación en Jornadas Internacionales “brindó a Stingray, otra oportunidad para reunirnos con nuestros clientes y socios de la región del Cono Sur, conectarnos con potenciales clientes en el área de distribución y establecer nuevas alianzas de contenido”.

Wire•Tech

Fábrica Argentina de Cables Coaxiales
Cables de Fibra Óptica

**Provisión de equipamiento para soluciones tecnológicas
para operadores de CATV - Datos y Video**



Fábrica y Oficinas:
Domingo French 831 - Villa Martelli
Pcia. de Buenos Aires - Argentina
Tel.: +54 11 4709 6650
ventas@wiretechsa.com.ar

Sucursal Córdoba:
Boulevard Los Granaderos 2722
Ciudad de Córdoba - Córdoba
Tel.: +54 0351 598 0084
sucursalcordoba@wiretechsa.com.ar

www.wiretechsa.com.ar

TNT y una aplicación para promocionar el turismo



La implementación de la campaña contó con el apoyo de Launchpad y consta de diferentes videos.



Bajo el concepto "Argentina set del mundo", Turner desarrolló una producción de Branded Content interactiva y digital en TNT para el Inprotur (Instituto Nacional de Promoción Turística). Para su presentación, se contó con la conducción de la influencer Anais Castro y para su desarrollo se visitaron las provincias de La Rioja, Río Negro (Bariloche), Misiones (Iguazú) y Buenos Aires. La idea central de la trama es encontrar los mejores escenarios de grabaciones cinematográficas, muchos de ellos inspirados en películas de Hollywood. Este concepto sirvió como puntapié para mostrar al mundo

los lugares turísticos más atractivos del país.

La campaña tiene distribución en toda Latinoamérica a través de las plataformas digitales de TNT. El contenido completo fue subido al canal de TNT en Youtube y se desarrollaron distintos videos de contenido snack para ser distribuidos en Instagram y Facebook. Además, para asegurar la eficacia de la campaña, se contó con el apoyo de Launchpad.

Launchpad es una plataforma desarrollada por el equipo de Turner Ignite en Nueva York, especializada en el desarrollo de conocimiento de data-analytics y construido a partir del procesamiento de datos de redes sociales. Su objetivo es unir la capacidad

de producción de contenido de Turner con el conocimiento de datos basados en afinidades y hábitos de consumo de los usuarios en plataformas digitales. El resultado final permite a Turner maximizar el engagement de sus producciones y garantizar views completas al anunciante.

La producción y edición de todo el material audiovisual fue desarrollado enteramente por Injaus, la productora interna de Turner Argentina. La posibilidad que tiene Turner de contar con un equipo interno permite desarrollar producciones con estándares de alta calidad a un costo más competitivo.

France 24 lanzó su canal en español



La nueva señal del Grupo Medias Monde se emite desde Bogotá, Colombia, para toda la región.

El pasado 26 de septiembre France 24, la cadena francesa de actualidad internacional, comenzó la emisión de su versión en español para América Latina. La nueva señal de grupo France Médias Monde alcanza más de 13 millones de hogares y posee modernas instalaciones ubicadas en la ciudad Bogotá, Colombia. La dirección periodística está a cargo del experimentado periodista colombiano Álvaro Sierra, quien cuenta con un equipo compuesto por una treintena de jóvenes periodistas de toda América Latina, así como con una amplia red de corresponsales repartidos por todo el continente y en el resto del mundo. Trabaja además en estrecha colaboración con un equipo con sede en París, encargado de los con-



Álvaro Sierra,

tenidos de Francia y Europa.

Adicionalmente, el nuevo canal se beneficiará de la experiencia de la redacción de RFI en español, radio que al igual que France 24, pertenece al grupo France Médias Monde. Ambas cadenas realizarán emisiones coproducidas que se difundirán por televisión y radio. Los reportajes y magazines realizados por la nueva redacción hispanoparlante serán adaptados en París en francés, inglés y árabe, reforzando así la cobertura de la actualidad latinoamericana en todas las cadenas de France 24.

El canal contará, inicialmente, con seis

horas de programación distribuidas en dos franjas: La primera entre las 6:00 y las 8:00 am, hora de Bogotá, Quito y Lima. La segunda, entre las 6:00 y las 10:00 pm. Los espacios serán complementados por las cadenas en francés e inglés, que informan las 24 horas del día, los siete días de la semana.

Marie-Christine Saragosse, Presidenta y Directora General del grupo France Médias Monde, y Marc Saikali, director de France 24, estuvieron presentes en los eventos oficiales de lanzamiento de la nueva cadena, que se llevaron a cabo en la última semana de septiembre en Bogotá y seguidamente en Buenos Aires, Argentina, en el CCK. "No tenemos dueño. No rendimos cuentas, ni económicas ni políticas. Somos libres. Y esta libertad implica también una responsabilidad: la de proponer información independiente, rigurosa y comprobada en unos tiempos inundados por falsa información," manifestó el director del flamante canal.

MINI BEAT POWER ROCKERS



NUEVA SERIE ROCKERO SE NACE



discovery k!ds™

VENTAS AFILIADOS:

+54 11 4000-4030/4031

Sergio Canavese - Regional Director

Claudio Santiago Isolani - Account Manager

discoverykidsplay.com

El canal de Bollywood crece sin pausa

La expansión de Zee Mundo en la región se sostiene de la mano de una estrategia que apunta tanto a la distribución lineal como no lineal.



Rolando Figueroa

Con menos de un año de presencia en la región, Zee Mundo se va afianzando paulatinamente en su distribución. Rolando Figueroa, Head of Marketing, dio a Revista ATVC un panorama de la situación actual: "Oficialmente se lanzó en América Latina recién en enero. Primero habíamos lanzado en el mercado latino de Estados Unidos. Actualmente contamos con cuatro millones de sus-

criptores, lo cual es bastante positivo para el corto tiempo, sobre todo en esta época en la cual lanzar un canal es mucho más difícil: puede gustar el producto, pero tal vez el operador no tiene la capacidad para sumarlo a la grilla. Le agrega un costo adicional y el retorno de la inversión no lo va a ver de manera inmediata."

Pero la percepción sobre el interés que genera el canal sostiene la estrategia de expansión. "Nos damos cuenta de que sí gusta el producto. Por eso seguimos adelante. Y a través de las encuestas en redes sociales, vemos que gente que no tiene el canal quisiera saber más. Por eso lanzamos en septiembre nuestro primer streaming online, que nos sirve para mostrarle al operador el interés que hay en su localidad. La idea es hacerlo todos los meses", aclaró el

ejecutivo.

¿Cómo ayuda esto a las ventas? "Con estas métricas en mano, ya la apuesta para el operador es menos riesgosa. Así, estas herramientas digitales nos permiten armar campañas que se convierten en sólidos argumentos de venta en las localidades donde más nos han visto", explicó. También habló sobre las nuevas plataformas de distribución: "Hay gente que ve televisión en dispositivos que no son un monitor de televisión. Es justamente el público al que queremos llegar. Por eso es importante convertirnos en un canal que lo puedas ver donde quieras. Y también tenemos siempre la oferta de VOD. Aquellos sistemas en donde ya está Zee Mundo ofrecen tanto el canal lineal como el resto de las modalidades, a través de las plataformas de cada operador."



"Lo que para otros es un problema, para nosotros es una oportunidad"

Carlos Cabrera, de Cisneros Media, explicó las ventajas que representa para la compañía la posibilidad de disponer de los derechos de todos sus contenidos.

El desafío siempre existe para las señales producidas en la zona norte de Latinoamérica. La entrada en los países del Cono Sur cuesta un poco más. En ese sentido, Carlos Cabrera, Director de Ventas Afiliadas de Cisneros Media, comentó con Revista ATVC cómo afronta su compañía ese reto con Ve Plus.

"Estamos trabajando mucho para crecer en el territorio argentino. Estamos llegando con una propuesta fuerte con las dos señales, SD y HD. Aparte, la plataforma Go va sin costo para los afiliados. Y estamos ofreciendo un paquete VOD muy interesante, que tiene aproximadamente 1200 horas de contenidos, no solo de

la señal, sino que también incluye librería de la compañía. Es atractivo y la gente lo recibe muy bien", manifestó el ejecutivo.

Consultado sobre el paso de los contenidos lineales a las nuevas formas de distribución, señaló: "Es una evolución normal. No es que mañana se va a acabar la distribución lineal, que todo va a ser OTT. No, van a coexistir ambas modalidades durante mucho tiempo. Más en el caso de una señal como la nuestra, que está orientada a un público de nivel socioeconómico medio."

En ese punto, aclaró que de todos modos los proveedores de programación ya deben "ofrecer lo nuevo",



Carlos Cabrera

y destacó la situación en la que se encuentra su compañía: "Nosotros tenemos la ventaja de que somos productores de todo el contenido que presentamos en nuestras señales. Entonces, para nosotros es muy sencillo tener los derechos de todos los territorios y plataformas. Lo que para otros es un problema, para nosotros es una oportunidad. Y creemos que así lo ven los operadores y que lo valoran."

**#SATSAID
presente**

**EL SINDICATO DE LAS
NUEVAS TECNOLOGÍAS**



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

www.satsaid.com.ar

 /SATSaidnacional

 @SATSaidnacional

Clan ya es realidad en Latinoamérica

clan

RTVE lanzó finalmente su anunciado canal infantil, que apunta a ocupar un lugar destacado en la región por sus contenidos.

Con sucesivas presentaciones que se realizaron desde principios de año, RTVE alimentó la expectativa de su nueva señal. Se trata de Clan, dirigida al público infantil, que ahora está disponible para los operadores latinoamericanos.

María Jesús Pérez, Subdirectora de Venta de canales de RTVE, expresó a Revista ATVC: "Estamos muy satisfechos por la acogida que está teniendo el canal. Tenemos acuerdos cerrados para empezar en el último trimestre de este año para lanzar en operadores de México, Centroamérica y el Cono Sur. En pocos meses lo veremos incluido en las ofertas de muchos sistemas." Según explicó la ejecutiva, "es un producto muy novedoso, que hace la diferencia. Porque ya existen canales infantiles en el mercado, pero en este

caso traemos contenidos muy frescos, muy recientes, que ya están probados en España con éxito. Algunos de ellos no se han visto en América. Y los operadores buscan esa diferencia que marca Clan, la saben apreciar".

Consultada por la naturaleza de los contenidos, respondió que "son de altísima calidad. En parte, producción propia de la cadena. Programas muy vivos como un ciclo de cocina para niños, donde se les enseñan los conceptos básicos de la cocina, pero también a comer saludable. Se incluyen además campañas de concientización para la conservación de los océanos y del ambiente, se fomenta la lectura". El objetivo es combinar el entretenimiento para niños y la difusión de valores. Clan ya recibió diversos premios, incluso uno de Unicef, y premios



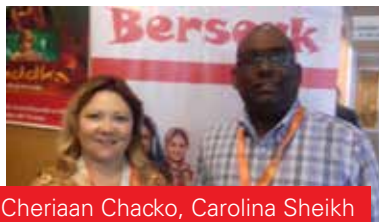
María Jesús Pérez

en España otorgados por los propios niños. "Toda esa combinación vemos que interesa y atrae en Latinoamérica a los operadores de esta industria", manifestó María Jesús Pérez. Previo al lanzamiento, RTVE realizó un estudio de mercado cuyos resultados indicaron que la franja de preescolar no estaba tan bien atendida en la región, y por eso se pone el foco en ese segmento, si bien el canal va de los dos años hasta los 12.

Contenidos de la India en español y en HD



Berserk continúa su expansión en la región y apuesta a la exitosa y multipremiada novela "Anandi, la niña novia".



Cherian Chacko, Carolina Sheikh

Berserk Media, empresa que distribuye contenido producido en India en todos los formatos, se encuentra incursionando en el mercado latinoamericano. Carolina Sheikh, Manger Syndication Latinoamerica, afirmó a Revista ATVC: "Nuestro objetivo al venir a Jornadas fue el de hacernos conocer en la región Sur e introducir nuestra serie más exitosa en Asia y Europa llamada Anandi. Creemos que nuestra misión se cumplió y dejamos puertas abiertas para la televisión hindú en español en Argentina".

"Nuestros planes incluyen continuar abriendo puertas en más países de Latinoamérica y llevar a los televidentes

de la región contenido nunca antes visto de la India en español y en HD. Es por esto que estaremos participando en Chile Media Show, NATPE 2018 y Bolivia Media Show, entre otros", señaló.

El producto estrella con el cual Berserk intenta abrirse camino en la región es "Anandi, la niña novia". Es la historia de una niña de ocho años que por tradiciones culturales fue forzada a contraer matrimonio y ser parte de una familia de extraños..

Está novela ha sido multipremiada en la India y ya fue doblada a varios idiomas y distribuida en diversos países

tales como Sudáfrica, Lituania, Bosnia, Serbia y Vietnam, entre otros. Se encuentra disponible en español en calidad HD.

"Nuestra serie Anandi ha arrasado con ratings hasta de en canales de la India y en países como Bosnia, Vietnam, UK, Bulgaria y Rumania. En mi opinión los asiáticos y los europeos son más multiculturales y por esta razón es más abierto a diferentes clases de televisión. Los latinoamericanos amamos nuestra cultura y somos muy arraigados y tradicionalistas a la hora de ver TV. Sin embargo, en los últimos años, series coreanas y turcas han enamorado al televidente Latinoamericano, por eso venos una gran oportunidad en llevar la televisión hindú a los hogares latinoamericanos, para que se enamoren de su cultura y colorido. Esperamos que Anandi, se robe el corazón de los televidentes Latinoamericanos", puntualizó la ejecutiva.



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



**ALEJANDRO
AGRESTI**



**DANIEL
BURMAN**



**INÉS DE
OLIVEIRA CÉZAR**



**RODOLFO
HOPPE**



**JUAN JOSÉ
JUSID**



**JORGE
MONTERO**



**JUAN PABLO
ZARAMELLA**



PREMIOS DAC 2017

WWW.DIRECTORES.AV.COM.AR

DECLARÁ TUS OBRAS
DE CINE Y TV ONLINE

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



DAC
Directores Argentinos
Cinematográficos

...
Asociación General de Directores Autores
Cinematográficos y Audiovisuales
Entidad fundada en 1958

Discovery Networks, con estrenos en su señales

Discovery Channel, Discovery Home & Health y Discovery Kids proponen novedades para esta parte del año.

A partir octubre, los televidentes pueden disfrutar de una nueva temporada de "Vestido de Novia Argentina" en los Miércoles de Belleza de Discovery Home & Health.

El producto que hizo exitoso Randy Fenoli, el diseñador y estilista de bodas más famoso del mundo, tiene como punto de encuentro a mujeres que buscan el vestido ideal y acuden a los especialistas para lucir impecables en la noche más importante de sus vidas. En la versión local, al diseñador Benito Fernández, quien ya participó de la primera temporada, se le suma la modelo Pía Slapka, quien reemplaza a Mary del Cerro.

Esta segunda temporada consta de diez

episodios, a lo largo de los cuales Benito y Pía tendrán el difícil desafío de ayudar a las novias a encontrar el outfit ideal, al tiempo que deberán convencer con la elección del vestido a sus familiares y amigos

En tanto, a partir del sábado 18 de noviembre, uno de los misterios más grandes del narcotráfico estaría a punto de esclarecerse en "Los Millones de Escobar"; la nueva serie que comenzará a emitirse por Discovery Channel.

Doug y Ben son dos ex oficiales de inteligencia de la CIA que emprenden la misión de resolver uno de los misterios más atrapantes del mundo del narcotráfico. Utilizarán sus habilidades de elite y los equipos más avanzados para encon-



trar las ganancias ilícitas del colombiano Pablo Escobar, el tristemente célebre Rey de la Droga y líder del Cártel de Medellín.

Las leyendas urbanas llevaron a muchos a creer que parte de su fortuna está enterrada y esparcida por Colombia y América Central. Nunca antes se llevó a cabo una búsqueda de este alcance ni de esta magnitud. Si realmente existe una fortuna escondida, ellos la desenterrarán y podrán resolver este eterno misterio.

Nueva temporada de El último reino, por History



Desde el martes 24 de octubre, regresa a la pantalla de History Channel "El último reino." Basada en una las novelas más vendidas de Bernard Cornwell, "Crónicas Sajonas", la serie épica que versa sobre los acontecimientos que llevaron a la formación de Inglaterra fue adaptada por el

escritor Stephen Butchard.

Luego de una exitosa primera temporada, esta segunda entrega consta de ocho capítulos. Ambientada en el siglo IX, esta historia se desarrollada en un complejo escenario rodeado de venganza, rivalidad, amor y lealtad, donde el intrépido e instintivo guerrero Uhtred (Alexander Dreymon) continuará su lucha por su tierra natal Northumbria.

"Creo que lo que mejor funcionó en la primera temporada fue cómo los fans realmente tomaron los personajes. Si bien es un drama histórico, también es un espectáculo de personajes, después de Uhtred y su banda de amigos, es lo que realmen-

te atrajo a los espectadores. Es un drama sobre la gente, con mucha aventura, emoción y con la dimensión extra de que ésta es una historia arraigada en la historia real", manifestó Gareth Neame, Productor ejecutivo de la serie.

"Al final de la temporada pasada Alfred ha salvado su Reino de Wessex de la amenaza de la invasión vikinga. En esta temporada Uhtred continuará siendo dividido entre sus dos identidades y lealtades en conflicto, como sajonas y danesas. Y mientras que él es el mayor guerrero de Alfred, el corazón de la historia es recuperar su derecho de nacimiento, sus tierras ancestrales de Bebbanburg", completó.

Pasiones llega a Cablevisión



Desde este mes de octubre, el canal de telenovelas y dramas seriados Pasiones está presente en la grilla de Cablevisión, el MSO más importante de Argentina. La señal se encuentra disponible en el paquete digital, en el canal 330. También está presente en Cablevisión Flow con todas sus funcionalidades (ver desde el inicio, ver programas ya emitidos, grabar en la nube, pausar en vivo y continuar en

otro dispositivo, entre otras).

"Estamos encantados de asociarnos con Cablevisión para expandir nuestro alcance en Argentina. Pasiones ofrece una mezcla de contenido internacional que es la adición perfecta para Cablevisión y estamos seguros de que a la audiencia argentina les encantará nuestra programación", señaló Alan Sokol, presidente y CEO de Hemisphere Media Group, Inc., em-

presa matriz de Pasiones.

Pasiones ofrece a los amantes de las telenovelas historias irresistibles y únicas de las principales regiones productoras de este tipo de ficciones. Los televidentes pueden disfrutar del acceso a las series más exitosas y las telenovelas más populares de Brasil, Turquía, Colombia, Venezuela, Chile, Argentina, México, Corea, los EE.UU., entre otros.



**PAW
PATROL**

nickjr.

nick

**KALLY'S
MASHUP**



**CANIGGIA
LIBRE**



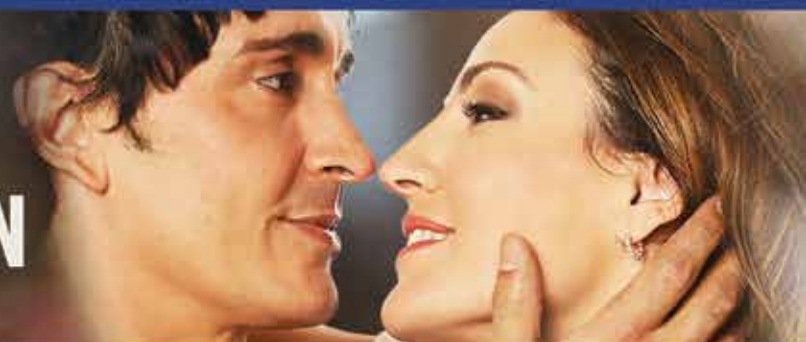
**SOUTH
PARK**



**HOUSE OF
CARDS**



**GOLPE
AL CORAZÓN**



nickjr.

nickelodeon



COMEDY CENTRAL



VIACOM INTERNATIONAL
MEDIA NETWORKS

“No somos meros proveedores”

EKT se plantea como objetivo establecer “una especie de sociedad” con sus clientes, según explicó su CEO.



Arnest Young y David Zak de Modern TV con Rafael Martins Gerrad Kim y Richard Smith de EKT

Revista ATVC conversó con Richard Smith, CEO de EKT, quien se refirió al mercado latinoamericano como uno de los más desafiantes para la compañía. “Hace unos años tomamos la decisión estratégica de focalizarnos en esta región, particularmente en Argentina. Por eso abrimos una oficina comercial en Buenos Aires para estar más cerca de nuestros clientes. Además, tenemos uno de nuestros ingenieros en Sao Paulo y otro en Cartagena, siempre dispuestos

a ofrecer soporte técnico”, señaló el ejecutivo de la empresa especializada en la manufactura y diseño de soluciones para set top boxes, módems y SmartTV’s, que acaba de festejar su décimo aniversario.

Por otra parte, Smith destacó que EKT apunta a estar cerca de sus clientes y acompañarlos en todo el proceso: “No nos gusta ser meros proveedores. La idea es establecer una especie de sociedad con quienes nos contratan”.

Acto seguido, puntualizó las diferencias entre el mercado europeo y el de América Latina: “Nuestra base de clientes Europeos ya estaba muy madura y encontramos que en América Latina había mucho más terreno para desarrollar. Aún existen operadores pequeños y medianos, a quienes confiamos en que podemos ayudar. Sobre todo aquellos que todavía operan bajo el sistema analógico y deben

pasar inminentemente al digital”.

EKT trabaja de manera conjunta con diversos jugadores clave en el mercado para distribuir una solución end-to-end para operadores de todos los tamaños. Sus productos hechos a medida según las necesidades de cada mercado ayudan a transformar el negocio de los proveedores de servicios y crear valor a largo plazo.

“Como parte de nuestra filosofía de cercanía con el cliente, decidimos empezar a establecer alianzas con otras empresas proveedoras de tecnología, y así poder ofrecer soluciones end-to end. De hecho, en Jornadas Internacionales trajimos ejecutivos de Modern TV. De acuerdo a las regiones, elegimos a distintos proveedores acordes con las necesidades y el nivel de conocimiento que estos tengan de la región en cuestión. Un buen ejemplo para América latina sería Conax”, concluyó Smith.

Capacitación de VideoSwitch

La compañía ofrece Seminario “ISDB-Tb training teoría, equipamiento y mediciones” para quienes desean conocer más acerca de esta norma.

Dirigido a profesionales con experiencia en estaciones transmisoras de televisión, personal técnico, gerentes de ingeniería y gerentes de operaciones, el Seminario “ISDB-Tb training teoría, equipamiento y mediciones” organizado por VideoSwitch tendrá lugar el 24 de octubre en el Hotel Intercontinental.

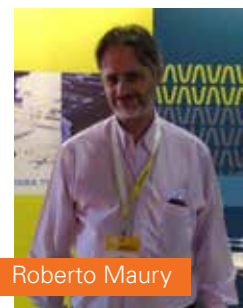
De este modo, la compañía dedicada al diseño, desarrollo, fabricación e integración de equipamiento de video y audio profesional pone una vez más el acento en la capacitación y el entrenamiento.

El objetivo de la Jornada es el brindar conocimientos básicos vinculados a la cadena de transmisión de un sistema de televisión digital terrestre en norma ISDB-Tb, así como presentar los distintos equipos que componen una estación de televisión digital y mostrar la función que cumple cada uno, fundamentando

los conceptos vistos con demostraciones prácticas y realizando mediciones reales.

La disertación está a cargo de Roberto Rodríguez Maury, Socio Gerente y fundador de VideoSwitch, y Marcelo J. Indarramendi, Development Engineering Manager de la compañía. algunos de las charlas serán:

Fundamentos de MPEG Transpor Stream. Explicación del protocolo de transmisión, niveles lógicos y estructura de los datos. Descripción de los campos más importantes y su utilidad al momento de detectar fallas. Descripción del proceso de entendimiento de un TS desde las tablas PAT y PMT. Estaciones Transmisoras ISDB-Tb. Explicación conceptual y teórica de la cadena de transmisión de TV digital: Codificación - Multiplexación - Modulación



Roberto Maury

- Transmisión. Teoría de funcionamiento de cada uno de los equipos que compone la cadena con ejemplos prácticos.

Tablas SI y Servicios Auxiliares. Descripción de las tablas básicas indispensables para el funcionamiento de los sistemas ISDB-Tb (NIT, SDT, TOT y BIT). Justificación de su necesidad. Explicación del funcionamiento de los servicios auxiliares que pueden agregarse en la transmisión (EPG, Closed Caption, GINGA, OAD y EWBS). Demostraciones prácticas.

avs

AUDIO VIDEO SISTEMAS

líder en soluciones

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



Soluciones Multipantalla

Appear TV

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

La cabecera digital compacta más flexible y poderosa del mercado.



¡Más de 250
cabeceras
instaladas desde
2012!

noisypeak transcoding hardware

¡Solución OTT sin complicaciones por menos de USD 3500!

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



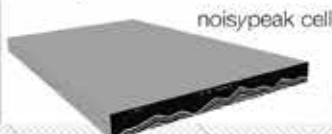
noisypeak one

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

(5 perfiles SD ó 3 perfiles HD)

Noisypeak One: hasta 9 SD / 3 HD

Noisypeak Cell: hasta 60SD / 20 HD



noisypeak cell

LOCAL CHANNEL

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

LOCAL CHANNEL 1.0 INCLUDE:

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



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

BRIDGE TECHNOLOGIES™

Presenta **NOAD**

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

WWW.BRIDGETECH.TV



Audio Video Sistemas SRL
Elcano 3486
Buenos Aires, Argentina, 1426
Tel. +54-11-3213-6052
avs@avsistemas.com



Encontranos en:
**STAND
K-12**



+25 años
innovando!

La importancia de monetizar los nuevos servicios

Hansen Technologies se dedica desde hace décadas a las áreas de facturación y atención al cliente.

HANSEN
TECHNOLOGIES

Giovani Henrique, Presidente de Hansen Technologies Latin America, tiene su visión sobre la etapa que atraviesa actualmente el mercado de la TV Paga: "La industria está cambiando todos los días. Los operadores tienen la posibilidad de trabajar con nuevas plataformas, pero hay que monetizar eso".

También aseguró en diálogo con Revista ATVC que hay que dar la real dimensión a los conceptos que se repiten: "Mucho se habla de transformación digital. ¿Qué es la transformación digital? Es un conjunto de acciones para tener eficiencia operativa, capacidad e innovación de productos". "Pero también -continuó- es la capacidad de brindar los nuevos servicios de forma amigable para los usuarios. El que no sepa hacerlo, no va a poder vender. Y eso es justamente lo que

provee Hansen. Una plataforma que permita al usuario acceder, hacer la solicitud de forma eficiente, comprar y pagar. A la vez, el operador puede saber cuáles son los hábitos de consumo del cliente, para poder brindarle otros servicios relacionados con sus intereses".

Por su parte, Hernan Hoczman, Regional Service Manager de la compañía, explicó: "El desafío nuestro como proveedor es entender cuáles son los problemas de negocios que se plantean y generar soluciones para atacarlos. Tenemos que explicar cuál es la ventaja de invertir en otros productos, no solamente en equipos y cableado". "Temas como la capacidad de correr múltiples servicios, la atención al cliente, el incremento del ARPU, son aspectos en los cuales nuestro producto apunta directamente desde su



Giovani Henrique y Hernán Hoczman

concepción. Nuestra misión es brindar soluciones para que un centro de atención al cliente sea más productivo y atender más suscriptores con menos operadores, herramientas para vender más, para que el área de marketing pueda fidelizar, realizar promociones", concluyó.

"Hay que pensar muy bien las inversiones"

Inversiones y riesgos para los cableoperadores en este momento de cambios, según el CEO de una de las empresas proveedoras más reconocidas del mercado.

La actualidad del mercado impone las prioridades de los cableoperadores. En ese sentido, Alejandro Perelman, CEO de Audio Video Sistemas (AVS), señaló que "existe una coyuntura de tres factores que están incidiendo en el tipo de soluciones que demandan los operadores actualmente"

Uno de ellos es local: se trata de los cambios en la transmisión del fútbol, que vuelve a ser codificado. El segundo, vinculado también a una situación local, es la entrada de los ISP's y telcos al mercado audiovisual, explicó el ejecutivo. Y agregó: "El tercer factor está más bien relacionado con los cambios de hábitos y la evolución de la forma de mirar televisión y contenidos en general, dando paso a modelos con más OTT y VOD, y menos televisión lineal tradicional".

En cuanto a la estrategia de la compa-

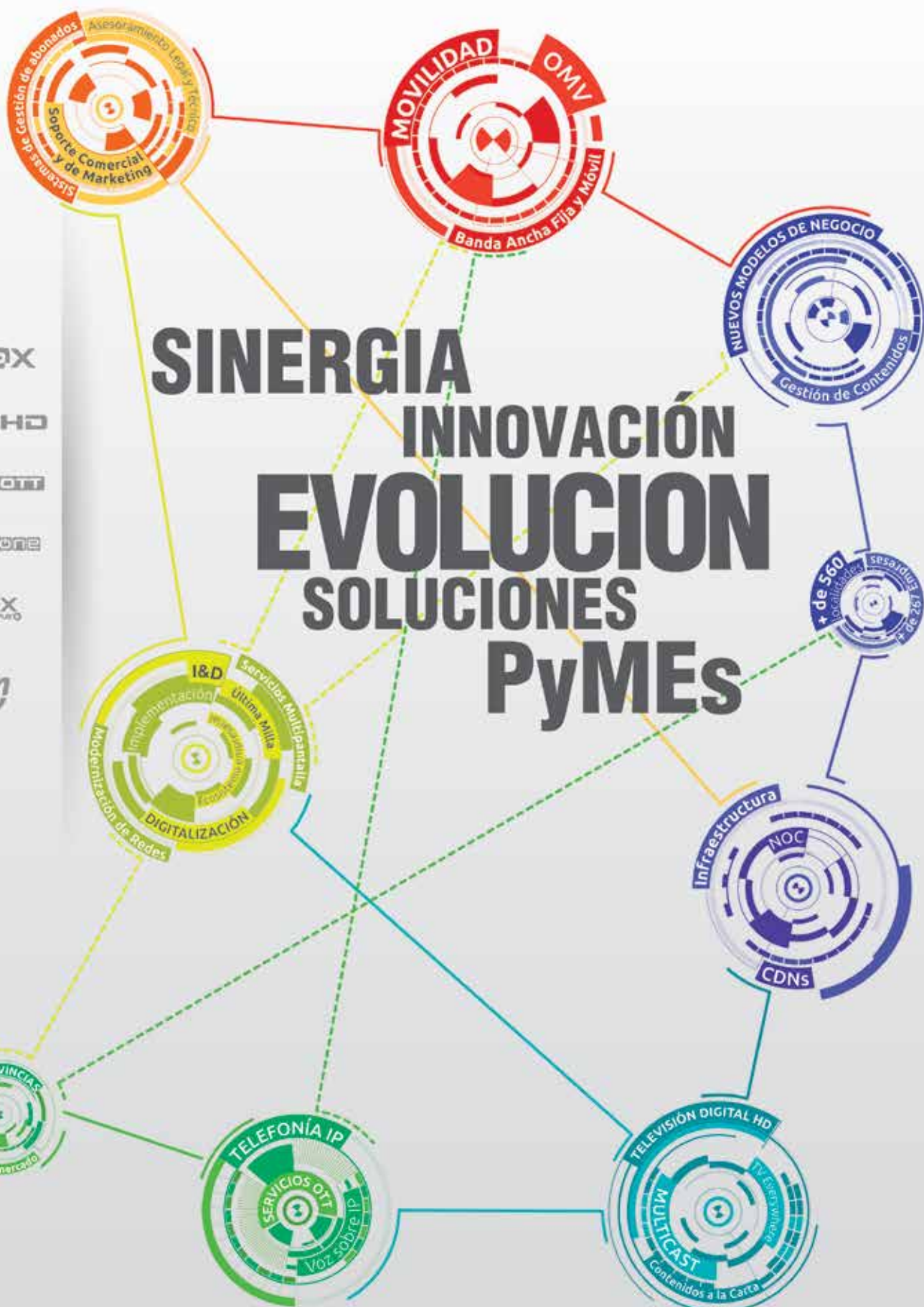
ñía para afrontar esa demanda, afirmó: "Desde hace ya muchos años AVS se ha convertido en una referencia para el mercado local del Cable, con productos como las cabeceras Carrier Class AppearTV, que han sido adquiridas desde los operadores pequeños de Red Intercable hasta los grandes como Cablevisión y Supercanal. Otro producto relacionado con cabeceras, sean de cable u OTT, son los encoders Noisypeak, de excelente relación calidad/precio, de origen suizo pero con costo que rivaliza con productos chinos. También contamos con plataformas de acceso condicional como Verimatrix y de monitoreo BridgeTech, las que integramos a las soluciones ya mencionadas". Todos estos productos y soluciones podrán verse en el stand que tendrán en Caper.

Perelman comentó también los cambios



Alejandro Perelman

en el mercado y detalló cómo ve la situación de los operadores: "Los modelos y los hábitos del negocio audiovisual están cambiando mucho y muy rápido. Esto hace que las inversiones haya que pensarlas muy bien, ya que se corre riesgo de comprar productos y sistemas que quedarán obsoletos rápidamente. Por otro lado poder ofrecer una calidad de servicio como la que demanda hoy en día el televidente puede implicar inversiones sólo amortizables en un largo plazo".



**SINERGIA
INNOVACIÓN
EVOLUCIÓN
SOLUCIONES
PyMEs**

- dibex
- dibex HD
- dibex OTT
- dibex ONE
- dibex TV
- soon

21 PROVINCIAS

560 LOCALIDADES

 **PyMES**
REPÚBLICA ARGENTINA

268 EMPRESAS

19 AÑOS EN EL MERCADO

 **red**
Intercable

InterLink presenta un equipo para digitalizar cabeceras



El nuevo CMTS Topvision CC8800D de Sumavision presenta valiosas ventajas para los operadores que necesitan dar ese paso.



Alberto Vandebosch
y Emilio Silvestrini

Con 20 años de trayectoria, InterLink es una de las empresas pioneras en desarrollar software destinado a la gestión y provisión de servicios sobre redes N Play en el mercado argentino y en el resto de la región.

Recientemente, la compañía lanzó al mercado la nueva versión de Flowdat, el software de aprovisionamiento y monitoreo disponible tanto en redes FTTH

como HFC que Interlink desarrolló hace alrededor de 13 años, el cual incorpora nuevas funciones a través de sus módulos S.T.A.R (Subscriber Traffic Análisis and Reporting) y Anti-fraude.

Mientras que el primero tiene la capacidad de medir el tráfico acumulado por cada usuario ayudando al operador a evaluar las necesidades y hábitos de consumo de sus clientes, permitiéndole además monetizar el creciente consumo generado por servicios OTT de video, el segundo le brinda al operador la posibilidad de detectar cuándo y dónde existe fraude en su red, para que posteriormente InterLink pueda asesorarlo y acompañarlo para la correcta ejecución de las acciones preventivas correspondientes.

Asimismo Jornadas de Cable 2017 sirvió como marco para el lanzamiento del nuevo CMTS Topvision CC8800D de Sumavi-

sion, diseñado con base en DOCSIS 3.0. Es un dispositivo de alto rendimiento a un precio muy competitivo. Ocupa solo una unidad de rack, cuenta con puerto uplink de GE, función EQAM, soporte QoS de extremo a extremo y administración de red unificada.

“Este es un equipo para digitalizar la cabecera que le posibilita al cableoperador evitar la inversión del set top box del lado del cliente, ya que lo conecta directo al televisor. Es algo nuevo que tenemos que seguir desarrollando y fomentando su uso entre los operadores. Si bien requiere una inversión inicial que puede resultarles considerable en un principio y que en muchos casos dilata la decisión, en un futuro les evitaría la inversión del box para cada abonado”, señaló Alberto Silvestrini, uno de los ejecutivos comerciales de InterLink.



Conax expande su oferta en la región

La empresa proveedora de soluciones de seguridad presentó nuevos productos e informó sobre recientes implementaciones en Argentina.

Conax presentó recientemente Conax Arena, su nueva plataforma de servicio multiscreen. Se trata de un sistema que podrá ser ejecutado desde la instalación o desde la nube. La demostración en Amsterdam también incluyó set topo boxes híbridos que ofrecen soluciones middleware avanzadas junto con la solución multiscreen Conax Go Live, una nueva plataforma que proporciona la máxima flexibilidad para operaciones robustas de múltiples pantallas y una ventaja competitiva sostenible.

En el ámbito local, la compañía del Grupo Kudelski y especialista en protección total de servicios de televisión pago y entretenimiento digital en todo el mundo, realizó el anuncio de dos nuevos proyectos en Argentina, ya que importantes operadores acaban de seleccionar la tecnología y los servicios de Conax y su socio regional, BOLD MSS, para impulsar la expansión

en las ofertas de TV paga y contenido de DRM múltiple.

En uno de los casos, la implementación es la migración de la plataforma de seguridad existente a un nuevo sistema del proveedor de seguridad Conax, incluyendo servicios OTT avanzados. En el otro, es toda una plataforma de televisión de pago asegurada por Conax Contego, dándole flexibilidad para ofrecer ofertas avanzadas OTT en el futuro. Los despliegues amplían la participación de Conax en Argentina, el compromiso con la región, y su estrecha colaboración con Bold MSS.

En el marco de Jornadas Internacionales, Revista ATVC tuvo la oportunidad de dialogar con José Alcacer-Mackinlay, Director de Ventas para Latinoamérica de Conax, quien manifestó estar muy contento de que la empresa haya sido seleccionada para ambos proyectos y de tener la oportu-



José Alcacer-Mackinlay

unidad de trabajar en conjunto con Bold MSS.

En cuanto al paso por el mayor evento de la industria en la región, aseguró: “Para nosotros, Jornadas sigue siendo un evento relevante, ya que nos da la posibilidad de ver a nuestros clientes, sobre todo los del interior. Más allá de presentarles nuestras novedades, para poder resolverles problemas y seguir fortaleciendo la relación. En cuanto a los nuevos clientes, considero que en esta feria no te vienen a descubrir, sino que te vienen a buscar”.

26° | EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL PROFESIONAL

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

CAPER 2017

broadcast • cable • satélite • cine • iluminación • audio



MIE . JUE . VIE
25.26.27 | OCT
BUENOS AIRES • ARGENTINA



consultas@caper.org



www.caper.org



g

Discovery cambia de presidente para la región



Enrique Martínez

Discovery Communications anunció que el veterano de la industria y de la compañía Enrique R. Martínez dejará su cargo a finales de 2017 luego de una destacada carrera de 24 años en Discovery, los últimos 17 años como presidente y director general de Discovery Latin America / US Hispanic (DLA/USH).

Martínez desempeñará un rol de consultoría para Discovery Networks International, reportando a JB Perrette, presidente y CEO de DNI.



Fernando Medin

Fernando Medin, actual vicepresidente ejecutivo y gerente general de Brasil y el Cono Sur, fue promovido para liderar la división DLA/USH de la compañía a partir de enero de 2018.

"La inigualable visión de Henry y su experiencia en América Latina han construido el grupo de señales internacionales líder en la región y alcanzado ganancias de dos dígitos por varios años, creando un enorme valor para Discovery y nuestros accionistas", dijo Perrette.

Luego agregó: "Ha definido lo que significa liderar con integridad, convirtiendo a los clientes en amigos y construyendo el mejor equipo de América Latina en la industria, incluyendo a nuestro nuevo líder Fernando Medin. Henry es un líder increíble que se ha ganado la admiración de sus colegas de la industria, así como de todos los que han trabajado con él y para él. Su legado perdurará luego de una carrera de 35 años en el negocio de la televisión paga".

"Ha sido una oportunidad increíble trabajar para la mejor compañía de medios del mundo y tengo la suerte de haber sido capaz de construir y dirigir el negocio de América Latina durante mis 24 años en Discovery", dijo por su parte Martínez.

"Unirme a Discovery cumplió mi sueño de trabajar en la región donde nací y crecí, en una industria que estaba recién comenzando a desarrollarse. Siempre he tenido un inmenso orgullo del valor, la calidad y el aspecto educativo de la programación de Discovery, y de poder ofrecer el portafolio a la audiencia de América Latina. Estoy especialmente orgulloso del equipo que tenemos y de todo lo que hemos logrado, y espero continuar con mis contribuciones al negocio internacional de Discovery, ya que permaneceré trabajando con JB y su equipo", concluyó.

Su reemplazante, Fernando Medin, se unió a Discovery en 2002 como vicepresidente del departamento legal de DLA/USH, asesoró a la empresa en la negociación de acuerdos de distribución y gestión de temas regulatorios en América Latina y la Península Ibérica. En 2007 fue nombrado vicepresidente ejecutivo y gerente general de Brasil para liderar la expansión de la oficina regional de DLA / USH en este mercado y se trasladó a San Pablo. Luego agregó a sus responsabilidades el mercado del Cono Sur - que incluye a Argentina y Chile.

"Estoy muy entusiasmado con este nuevo rol. Henry es ante todo un buen amigo, un mentor increíble y un líder incomparable y he tenido la suerte de haber trabajado con él durante los últimos 15 años. Espero seguir agregando valor e identificando oportunidades de crecimiento para la compañía, además de liderar uno de los mejores equipos de la industria", expresó Medin.

a

agenda

2017

Octubre

20 al 22

Cable-Tec Expo

Denver – USA

Web: www.expo.scte.org

25 al 27

Caper

Costa Salguero – Buenos Aires

Web: www.caper.org.ar

Noviembre

21 y 22

Chile Media Show

Hotel Intercontinental - Santiago de Chile

Web: www.grupoisos.net

2018

Enero

16 al 18

NATPE

Fontainebleau & Eden Roc

Miami Beach - Florida

Web: www.natpe.com

Marzo

6 al 8

Andina Link

Cartagena – Colombia

Web: www.andinalink.com

Abril

25 y 26

X CUMBRE APTC

Lima – Perú

Web: www.aptcp Peru.org



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

Editor Responsable
Walter Burzaco

Registro de la Propiedad Intelectual
N° 357.428

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

Directora:

Graciela Leombruni

Redacción, comercialización y administración:

R. Gutiérrez 4512 - 1° "B" - 1419

Bs. As. - Argentina

Tel: 54 -11- 4502-7052

Email: gleombruni@visiongrafica.com

Año: 2017

Nro. 228



CHILE MEDIA SHOW

f t v in

2017 summit

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

**NUEVO
FORMATO**



**MISMO
LUGAR**



**NUEVOS
NEGOCIOS**



**SAVE
THE
DATE**

+info: www.grupoisos.com

21 y 22 de Noviembre
Hotel Intercontinental
Santiago

PRESENTADOR GOLD:

FOX Latin America
NETWORKS GROUP

APOYAN:

certal
pensamos con libertad...

CANAL U
EL CANAL DE TODOS

ORGANIZA:

GRUPOISOS

LÍNEA AÉREA OFICIAL:
Copa Airlines
CONVENTIONS

Locos  **Nueva Serie Original**
el Asado



Todos los viernes

18:30 MÉX | 18:30 COL | 20:30 BsAs



foodnetworklatam.com

©2017 Scripps Networks, Inc. All Rights Reserved.

