

[¿QUÉ CEROS Y UNOS Y
CLOUD COMPUTING
TIENEN EN COMÚN?]

Ceros y Unos están en todas partes. Es la forma en que el mundo habla con nosotros y nosotros con el mundo a través de la tecnología.

Aliados a los Ceros y Unos, las soluciones de Cloud Computing de TIVIT ayudan a nuestros clientes en el viaje a la nube con agilidad, flexibilidad y seguridad. Combinamos diferentes soluciones técnicas y comerciales para satisfacer los requisitos de los más variados portes de proyectos y empresas que están en busca de más eficiencia, manteniendo un costo sustentable y sin sufrir impacto en sus operaciones.

TIVIT

[EVOLUCIONA CON TIVIT PARA LA ERA DIGITAL. CONOZCA MÁS EM TIVIT.COM]

DICIEMBRE 2017 | AÑO 24 | # 317

Prensario *Internacional*

www.prensario.net

TELEVISIÓN • PLATAFORMAS DIGITALES • LICENSING



Klaudia Bermúdez • Patricio Hernández • Carlos Martínez • Carlos Moltini • Mauricio Ramos • With Richardson
Eduardo Ruiz • José Rivera Font • Benjamin Salinas Sada • Frank Smith • Darío Turovelzky • Patricio Wills

EDICIÓN POST

CAPER 2017
broadcast • cable • satellite • cine • iluminación • audio

CHILEMEDIASHOW
summit

TECNOTELEVISIÓN
& RADIO




A + E
 NETWORKS™
 LATIN AMERICA

LOS PROTAGONISTAS DEL AÑO



Klaudia Bermúdez-Key


SVP Latin America
 NBCUniversal

 NBCUniversal ha logrado una evolución interesante en la región, tanto a nivel comercial, como en crecimiento de ratings y producción original. En su upfront celebrado en Cancún, el grupo anunció que este año atrajo a 120 nuevos clientes y superó las 100 horas de contenido original exclusivo para Latinoamérica. En redes sociales supera los 12 millones de seguidores y las señales no dejan de incrementar sus niveles de audiencia. El celebró sus 20 años en la región llegando a 61 millones de hogares con su contenido de Hollywood. Los próximos estrenos originales incluyen *Wild On Latino*, *Quiero Lucir Famosa*, *Kiss Bang Love* y la nueva temporada de *Cámbiame el Look*.



Patricio Hernández


CEO
 Mega

 Mega se posicionó en noviembre pasado como líder de audiencia por 41 meses consecutivo, cerrando el mes con un promedio de 10,6 puntos de rating (4,4 puntos más que Canal 13, su más inmediato competidor). Al considerar los promedios de todo el 2017, Mega lidera también con 10,1 puntos. Parte del éxito reposa en la apuesta por fortalecer su slate de producción original con series como *Perdona Nuestros Pecados* (más de 30 puntos de rating promedio) y al mismo tiempo la coproducción internacional. En abril, la compañía rubricó un acuerdo con la turca Kanal D para el codesarrollo de contenido de cara al futuro.



Carlos Martínez

Presidente
 Fox Networks Group
 Latin America

 Junto con el lanzamiento del canal Premium dedicado a la Superliga Argentina de Fútbol (SAF), Fox Networks Group se metió de lleno en el deporte en Latinoamérica, no sólo incrementando sus derechos para la transmisión del fútbol en grandes mercados como Argentina, México y Brasil –también participando en la licitación chilena–, sino con la inclusión otras actividades como el kickboxing. Además, este año redobló la apuesta, tanto con el lanzamiento y expansión de su OTT directo al consumidor Fox Premium App, como en el segmento tradicional de TV paga donde lanzó dos nuevas señales: FXM, con contenido cinematográfico contemporáneo –en reemplazo de The Film Zone–, y NatGeo Kids, marcando la llegada al target infantil con programación de ciencia, aventura, medio ambiente y vida salvaje.



Carlos Moltini

CEO
 Cablevisión-Telecom

 A un año de haber lanzado Flow en Argentina, Cablevisión llevó a otro nivel su plataforma OTT, ya disponible también en Uruguay. Dentro de esta estrategia, cerró diferentes acuerdos con productoras locales para la realización de series originales, entre las que se destacan *Pol-ka* y *Underground* y se asoció con los grandes grupos de señales. Pero más allá de eso, el MSO argentino avanza en su fusión con Telecom Argentina que, si bien aguarda la aprobación de los entes reguladores, ya designó a Moltini para el cargo de director general de operaciones de todo el grupo, que se convertirá en el principal jugador de telecomunicaciones con la primera oferta de cuádruple play en Argentina.

LOS PROTAGONISTAS DEL AÑO



Mauricio Ramos

CEO
Millicom

A través de su marca Tigo, Millicom ha desarrollado nuevos mercados en Latinoamérica, tanto en el segmento fijo como en el móvil, principalmente en Paraguay, Bolivia, Colombia y Guatemala, mercados que tomaron relevancia en los últimos años y en los que el crecimiento superó el 20% en hogares según los datos del último reporte trimestral. En Colombia, donde opera como TigoOne, está impulsando fuertes inversiones para crecer en el mediano plazo, lo que se vio reflejado en el lanzamiento de una plataforma de TV Everywhere, que integra TV paga con OTT, streaming, VOD y video online, todo accesible desde múltiples dispositivos conectados. El servicio es resultado de la alianza con TiVo iniciada hace dos años y, luego de Colombia, el objetivo es llegar al resto de los mercados en la región.



Whit Richardson

Presidente de Turner
Latin America
Turner

Luego de que en marzo se confirmara la asignación de los derechos de televisión de la Superliga Argentina de Fútbol (SAF), Turner ha generado un nuevo canal dedicado exclusivamente al deporte. TNT Sports organizó una estructura tecnológica y profesional de transmisión en vivo, que se complementó con una grilla de contenidos originales apoyada en talentos de trayectoria y cobertura multi-deportiva. Además, la empresa continúa con el desarrollo de ficción original para la TV lineal y on demand, así como nuevos programas con talento local para CNN en Español, acuerdos con las cadenas de TV abierta y apuesta a la innovación, tanto para anunciantes, con la nueva herramienta de branded content Launchpad, como con la incursión en el mundo del gaming a través de la disruptiva propuesta de juegos “on demand” en la nube, Gloud.



Eduardo Ruiz

EVP & General Manager
A&E Ole Networks

A+E Networks recibió por segundo año consecutivo el premio TMT Media Award 2017 a la “Mejor Compañía Multimedia”, un reconocimiento enfocado en las empresas de multimedios con ideas visionarias e innovadoras. A través de su portafolio multiplataforma integrado por cuatro marcas –A&E, History, H2 y Lifetime– A+E Networks Latin America llega a 65 millones de hogares y provee entretenimiento lineal y no lineal, incluyendo VOD, TV Everywhere, OTT, redes sociales y contenido para la TV paga. En el ámbito de la programación original, ha reforzado la exitosa estrategia de años anteriores con nuevas producciones, como *Ataque a la Embajada*, *La Iglesia Oculta*, la mega producción *Gigantes de México* y *Hoy en la Historia*, el primer programa en vivo por Facebook Live de History.



José Rivera Font

VP y Gerente General
División Digital
Sony Pictures Television
Networks Latin America

Siendo una de las primeras y más sólidas plataformas de SVOD en la región, Crackle ha tenido este año una notable expansión en países como Uruguay, Bolivia, Colombia, Guatemala, Costa Rica y Panamá, que coronó con su incorporación en las ofertas de Millicom y Claro Video para terminar de consolidarse como una oferta panregional. El servicio digital de Sony Pictures Television ofrece series originales de la empresa y está incursionando en producciones específicas para la plataforma, como *Startup*, *Outsiders* y *SuperMansión* y la recientemente presentada, *Absentia*.



Benjamin Salinas Sada

CEO
Azteca

TV Azteca cumple en agosto de 2018 su 25° aniversario; en los últimos años se ha reinventado para seguir creciendo y consolidarse en el mercado internacional. Es uno de los dos mayores productores de contenido en español para televisión en el mundo; transmite cuatro canales de televisión en México –Azteca Trece, Azteca 7, a+ y adn40– a través de más de 300 estaciones locales en todo el país, y en octubre anunció el lanzamiento de Dopamine, la nueva empresa generadora de contenidos originales que tiene a Fidela Navarro como CEO y desarrolla formatos para todas las audiencias y plataformas globales con un presupuesto inicial de USD 200 millones. En 2018 Azteca Trece pasa a llamarse Azteca Uno, por su posición en el espectro digital de TV.



Frank Smith

EVP de Distribución y
Desarrollo de Medios
HBO Latin America

La compañía ha logrado dos hitos este año, por un lado abrió HBO Go como OTT independiente para todos los suscriptores de Internet de la región (antes está disponible en algunos operadores específicos). Además, presentó su nueva división de negocios internacionales liderada por Xavier Aristimuño, VP Licencing, encargada de distribuir globalmente los contenidos originales latinos como *El Jardín de Bronce* (Argentina), estrenada en simultáneo en 50 países, *Magnífica 70*, *O Negocio* (Brasil), *El Hipnotizador* (Uruguay), entre muchas otras. Desde 2004, ha producido unos 20 proyectos, totalizando 350 horas de contenido premium.



Darío Turovelzky

Director General de
Contenidos Globales
Telefe/Viacom

A poco más de un año de haber sido adquirida por Viacom, Telefe ha sabido consolidar su integración y llevar su marca a otro nivel en el plano global. Además, se dan sinergias entre los canales como con la producción original, *Cazadores*, creada a partir de la colaboración con Paramount Channel. Otros casos son *Telefe Noticias*, *El Dúo* y *Paw Patrol*, que tendrá su correlato fuera de la pantalla con shows en vivo y otras acciones, y se ha potenciado como hub de producción para VIMN en toda la región. Participa en coproducciones de nivel mundial con cadenas de TV paga, y amplificando el alcance de los contenidos a todo el planeta.



Patricio Wills

Presidente
W Studios

W Studios, productora lanzada en 2016 como joint venture entre Univision y Patricio Wills, es la empresa detrás de *La Piloto*, serie que se convirtió en un gran éxito rápidamente desde su debut en Nro. 1 de audiencia hispana en todo Estados Unidos, incluyendo free y pay TV, y a la vez se ha posicionado en el top 12 considerando todos los idiomas y mercados del país del norte. Basada en una historia real escrita por Jörg Hiller (*Tiro de Gracia*, *Sala de Emergencias*) y protagonizada por la cubana Livia Brito (*Por siempre Joan Sebastian*), sigue la historia de una mujer que se convierte en piloto de avionetas que transportan drogas en México, Colombia y Centroamérica.

Disney compra de 21st Century Fox por USD 52,4 mil millones

Tras varios meses de negociación, **The Walt Disney Company** confirmó a mediados de diciembre pasado la adquisición de **21st Century Fox** en una operación valuada en USD 52,4 mil millones.

De esta manera, Disney suma no sólo los Studios de Twentieth Century Fox Film & TV, sino también los negocios de cable e internacionales, como **FX Networks**, **National Geographic Partners**, **Fox Sports Regional Networks**, **Fox Networks Group International**, **Star India** y los intereses de Fox en **Hulu**, **Sky (UK)**, **Tata Sky** y **Endemol Shine Group**. En tanto que Las networks y estaciones de **Fox Broadcasting Network**, **Fox News Channel**, **Fox Business Network**, **FS1**, **FS2** y **Big Ten Network** quedarán bajo una nueva empresa a mano de sus accionistas.

El alcance internacional de Disney se expandiría con la incorporación de **Sky**, que presta servicios a casi 23 millones de hogares en el Reino Unido, Irlanda, Alemania, Austria e Italia; **Fox Networks International**, con más de 350 canales en 170 países; y **Star India**,

que opera 69 canales que llegan a 720 millones de televidentes por mes en toda India y en más de 100 países.

Antes del cierre de la transacción, se prevé que 21st Century Fox buscará completar su adquisición planificada del 61% de **Sky** que aún no posee y cuyo cierre

está pautado para el 30 de junio de 2018. Suponiendo que 21st Century Fox complete su adquisición de **Sky** antes del cierre de la transacción, **Walt Disney Company** asumiría la plena propiedad de **Sky**, incluida la asunción de su deuda pendiente, al momento del cierre.

‘La adquisición de este conjunto de negocios de 21st Century Fox refleja la creciente demanda del consumidor por una rica diversidad de experiencias de entretenimiento que sean más atractivas y accesibles que nunca’, señaló **Robert A. Iger**, presidente y director ejecutivo de **The Walt Disney Co.** ‘Nos sentimos honrados y agradecidos de que **Rupert Murdoch** nos haya confiado el futuro de las empresas para las cuales que dedicó su vida, y estamos entusiasmados con esta oportunidad de aumentar significativamente nuestra cartera de franquicias y contenido de marca para mejorar en gran medida nuestra ofertas directas al consumidor. El acuerdo también ampliará sustancialmente nuestro alcance internacional, permitiéndonos ofrecer una plataforma de storytelling de clase mundial y plataformas de distribución innovadoras a más consumidores en mercados clave de todo el mundo’.

Por su parte, **Rupert Murdoch**, Executive Chairman de 21st Century Fox, agregó: ‘Estamos orgullosos de lo que hemos construido con 21st Century Fox, y creo fervientemente que esta combinación con Disney generará mucho más valor para los accionistas mien-



Robert A. Iger y Rupert Murdoch

tras el “nuevo” Disney continúe creciendo en esta industria tan dinámica. Además estoy convencido de que esta combinación, bajo el liderazgo de Bob se convertirá en una de las más grandes empresas del mundo’.

En lo que respecta al ecosistema digital, la adquisición permitirá a Disney acelerar el uso de tecnologías innovadoras para crear nuevas. Si bien aún no se ha confirmado como será la integración en este ámbito, cabe recordar que a mediados de agosto Disney anunció el lanzamiento de dos nuevas plataformas de OTT: la primera de ellas, un servicio de streaming deportivo bajo la marca de **ESPN** tras adquirir el 42% de **BAMTech** por USD 1.580 millones, y la otra, con marcas **Disney** y **Pixar** en 2019. La segunda de ellas, no sólo implica una finalización de su contrato de distribución exclusiva con **Netflix**, sino que ahora permitiría agregar contenido de Fox a la misma, los cuales en su mayoría salieron de la plataforma de **Hastings** a mediados de este 2017.

Por otro lado, el acuerdo también brinda a Disney la oportunidad de reunir a **X-Men**, **Fantastic Four** y **Deadpool** con la familia **Marvel** bajo un mismo techo, algo que hace unos años con la aparición del **Universo Marvel** en la pantalla grande como potencia ha generado discusiones. En lo que respecta a parques, los visitantes de **Disney’s Animal Kingdom Park** en **Walt Disney World Resort** puede experimentar la magia de **Pandora-The World of Avatar**, una nueva tierra inspirada en la franquicia de películas de Fox que abrió sus puertas en mayo de 2017.



Con la adquisición de 21st Century Fox, Disney podrá sumar las franquicias de **X-Men** y **Deadpool** al Universo **Marvel**



Pandora-The World of Avatar, atracción **Disney’s Animal Kingdom Park** basada en la propiedad de Fox, **Avatar**

TANTOS PREMIOS COMO EMOCIONES POR COMPARTIR.

GOLDEN GLOBE AWARDS®



CRITICS' CHOICE AWARDS®



SCREEN ACTORS GUILD AWARDS®



GRAMMY AWARDS®



PREMIOS OSCAR®



EMMYS®



TEMPORADA DE PREMIOS



ESPN producirá en 4K con sonido surround 5.1

Upfront 2018

En su tradicional desayuno en el Hotel Alvear de Buenos Aires para casi 800 invitados, ESPN adelantó sus novedades de programación para el 2018 y anunció la producción en 4K con sonido surround 5.1 para los próximos eventos deportivos en vivo.

La señal deportiva continúa reforzando el concepto del vivo como principal fuerza para generar emociones en el público que resulten en mejores acciones para los anunciantes. Además crece con la transmisión de contenidos multipantalla, combinando los canales lineales en televisión, con la plataforma play, el sitio web, la app y redes sociales junto con la radio para incrementar su llegada a un mayor público.

Entre los invitados estuvieron **Carlos Moltini**, **Antonio Álvarez** y **Gonzalo Hita** de Cablevisión; **Sebastián Pierri**, de Telecentro; **Marcelo Juárez**, de Supercanal; **José Néstor Lino**, de Colsecor; **Lucio Gamaleri**, de Red Intercable y más operadores. Además, participaron sus mayores anunciantes y agencias de medios.

Guillermo Tabanera, SVP y gerente general de ESPN para Latinoamérica, dijo: 'Hoy, todos pueden acceder a cualquier evento deportivo desde cualquier dispositivo y en cualquier lugar. El próximo año tendremos contenidos en 4K con sonido surround 5.1. Somos los primeros en Latinoamérica en producir deportes internacionales en esta calidad'. Esta tecnología tendrá su debut en la transmisión del rugby, con unidad móvil 4K para la final del torneo local, y luego con los torneos internacionales.

Federico Reyna, director senior de adquisiciones de programación y medios digitales, afirmó: 'La tecnología permite generar y compartir contenido. ESPN es un Premium Publisher, especialista en contenidos. Para los anunciantes es fundamental auspiciar en un Premium Publisher para obtener en sus campañas un 51% más de efectividad. Empleamos todas las pantallas para llegar a más personas y traer mayores resultados, ayudando a las marcas a que sus acciones sean más efectivas'.

El grupo tiene en la pantalla tradicional los canales ESPN, ESPN 2, ESPN 3 y ESPN+, que se combina con la plataforma ESPN Play y el sitio web, ESPN.com. Además está en radio, todo esto para llegar a 3,9 millones de espectadores, donde el 20% corresponde a la audiencia ganada a partir de las multiplataformas. De acuerdo a sus investigaciones, el público ve en promedio 1:34 hs de TV, y 6:04 hs de otras plataformas para incrementar en 287% la visualización.

Programación

En fútbol, ESPN tendrá la transmisión de los torneos de la UEFA, las ligas de España, Italia, Alemania, Francia, Holanda, Portugal, EE.UU. Holanda, Bélgica, Brasil y México y nuevas temporadas de ESPN FC, Hablemos de Fútbol, Goles de Europa y Simplemente Fútbol.

En tenis, además de su ciclo ATP World tour Uncovered, tendrá las transmisiones de los grand slams, el ATP World Tour 250, el Masters 1000, Nextgen Series, exhibiciones y más. En rugby, traerá todos los torneos nacionales e internacionales, incluyendo el World Rugby Championship, los test matches de Los Pumas, la Copa DirecTV y el torneo de la URBA con sus producciones originales Scrum, World Rugby y Scrum URBA.

Pero más allá de los deportes más populares, el canal presenta sus producciones para turf, golf, ciclismo, running con programas como Revista del Turf, ESPN Polo, Patagonic Waters, ESPN Run y todos los deportes extremos con la transmisión de los X Games de Aspen, Minneapolis, Noruega y Sidney a través de EXPN X. También tendrá automovilismo y motociclismo con Lo Mejor de MotoGP.



Guillermo Tabanera y Sebastián López, de ESPN, con Carlos Moltini y Antonio Álvarez, de Cablevisión



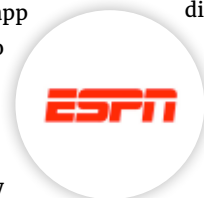
Guillermo Tabanera, de ESPN, con Quique Wolf, talento del canal



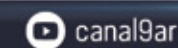
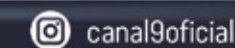
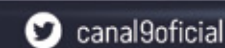
Nati Jota, Flor Vigna y Juani Chela, talentos de ESPN, tomaron una selfie con el salón repleto en el Upfront



Los invitados al Upfront de ESPN



elnueve
www.elnueve.com.ar



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

HBO: Más *Game of Thrones* y nuevas series

En 2018 HBO tendrá nuevos episodios de *Game of Thrones*, ya en su recta final, la última temporada de *O Negocio* y la apuesta a nuevo contenido original y las películas más taquilleras independientes y de Hollywood, según adelantó **Gustavo Grossman**, VP corporativo de HBO Latin America, en su upfront 2018.

Sobre el 2017 dijo que HBO se consolidó como el canal más galardonado con *Game of Thrones* como el principal producto y la serie número uno del mundo y de Latinoamérica que continúa creciendo en su séptima temporada, con más de 100% de incremento en ratings y su disponibilidad completa en HBO Go y HBO On Demand.

También resaltó la sorpresa que fue *Big Little Lies*, la serie con la que se apuntó decididamente al público femenino y que planteó un camino a seguir para el 2018. Este año marcó el regreso a la pantalla de *Deuce* y *Curve your Enthusiasm*, y la despedida de *Girls*. En este contexto, Argentina fue protagonista con la producción original *El Jardín de Bronce*, que sucedió al éxito de *El Hipnotizador*.

Game of Thrones tendrá continuidad en una nueva propuesta con tramas a partir del

mundo de la serie. 'Se solicitó la presentación de cinco ideas para desarrollar una nueva mega franquicia a partir de GOT', afirmó Grossman.

También vuelve *Westworld*, que se convirtió en la segunda serie más vista del año; *O Negocio* llega en su última temporada, al igual que *Sr. Avila*; *Magnífica 70* estrena su tercera parte y llegan nuevos episodios de *Silicon Valley*, *The Deuce*, *Ballers*, *Insecure*, *Veep* y *Divorce*.

En cuanto a las nuevas propuestas, estrenará *Here, Now*, protagonizada por **Tim Robins** y escrita por Alan Ball, sobre una familia multirracial liberal que deberá enfrentarse a la hostilidad de un Estados Unidos conservador. También, se verá la comedia *Barry*, con Bill Hader como actor principal y productor, que junto a **Alec Berg** (ambos de *Silicon Valley*) construyeron esta nueva trama.

Otra novedad viene de la mano de *Succession*, sobre una familia dueña de un imperio mediático, donde el padre (**Brian Cox**) delega en sus hijos la conducción del negocio pero ante su inminente fracaso regresa para hacerse cargo. Para el público femenino, y continuando con lo que empezó *Big Little Lies*,



Gustavo Grossman en el upfront 2018 de HBO

se estrena la nueva serie *Sharp Objects* (basada en la novela *Objetos Cortantes*) protagonizada por **Amy Adams**, que interpretará a una reportera que vuelve a su pueblo para cubrir un asesinato.

Por su parte, **HBO Max** continuará con su oferta de las películas independientes más importantes. Para el 2018, sus más de 550 títulos superan las 1000 nominaciones a premios, donde se destacan *Moonlight*, la ganadora del Oscar a mejor película en 2017, *El Seductor*, *Animales Nocturnos*, *Jackie*, *Lyon*, y el film argentino *La Cordillera*, protagonizado por **Ricardo Darín**. Además, continúa con series originales como *Strike Back* y éxitos europeos como *The Tunnel* en su temporada final, y *Gomorra*, en su tercera temporada.

Sony Pictures presentó la nueva franquicia Canal Sony Presenta

Se estrenó con Abel Pintos entre sus producciones originales

Sony Pictures Television Network realizó su upfront de programación con la conducción de sus referentes para Sudamérica, **Ivana Steinberg** y **Carolina Martino**, estrenando además a **Furgan** como su nueva agencia de prensa.

Canal Sony está programando una grilla con estrenos todo el año y organizada por días, donde por ejemplo los lunes son 'de pasión' con **Jonda Grimes**. Presentó nuevas temporadas de *Grey's Anatomy*, *Escándalo*, y *Lecciones del crimen*, además de la nueva producción judicial *For the people*.

Los martes son de **Marvel** y aparece la nueva serie *Inhumans*, *Cloak & Dagger*, *Runaways* y *New Warriors*. También se estrenará *Daredevil*,

Siren y la séptima temporada de *Érase una vez*.

Los miércoles y jueves estarán dedicados a la música con shows como *The Voice*, *El Factor X*, *America's Got Talent* y otros realities. También está allí la franquicia *Canal Sony Presenta*, que en Argentina tiene a **Ronnie Arias** como entrevistador, donde a fin de año estará **Abel Pintos** con 25 minutos de entrevista y un show íntimo en el **Teatro Sony** antes de su show en el Estadio Monumental.

Los viernes es para las producciones originales, donde la más importantes es *Shark Tank* como formato no guionado. Ya se hicieron las versiones de México y Colombia.

AXN, el canal de acción y suspenso del grupo,



Ivana Steinberg y Carolina Martino con el presentador Ronnie Arias y el equipo de Sony para la región

destaca estrenos como *The Crossing*, una historia de 400 refugiados de guerra pero que vienen del futuro, algunos con poderes especiales. También se estrenó *Preacher* en Crackle, la más vista de Estados Unidos durante 2016, de los mismos creadores de *Breaking Bad*.

ESPN

EL PODER DEL VIVO



ventasafiliadosla@espn.com

Felipe de Stefani: Los tres hitos de Turner Argentina en 2017

El fútbol, producciones de CNN y Gloud

Felipe de Stefani es el general manager de **Turner Argentina**, donde el grupo cuenta con más de 800 empleados, y SVP AdSales e innovación para América Latina, donde acaba de lanzar un producto de gran proyección como **Gloud**. Cerrando un gran año para el grupo en el país, ratificó más que nunca el protagonismo de Turner en el mercado y también en la sociedad. En diálogo con **Prensario**, el ejecutivo remarcó los tres hitos de la empresa.

El primer gran acontecimiento fue el fútbol Premium. 'Nuestra estrategia tiene foco en el consumidor (fan centred) y nuestro contenido busca generar engagement, pasión y ganas de verlo. Lo interesante de los derechos del fútbol es que son totalmente críticos para la industria; los sacamos de la TV abierta y los llevamos al cable, 100% asociados al negocio de nuestros clientes los operadores. Brinda proyección al ecosistema de la TV por cable y se superaron las expectativas con un éxito que es mucho mayor a lo esperado'.

Como segundo hito, mencionó la gran apuesta en **CNN en Español** con producciones originales y la convocatoria de figuras relevantes en el periodismo local como **Marcelo Longobardi** y **Jonatan Viale**, que hace que la propuesta del canal sea cada vez más local y le permite entrar en otra conversación en Argentina en otro sector crítico como son las noticias.

Finalmente, destacó la llegada de **Gloud**, un mérito del equipo argentino de innovación en un panorama mucho más nutrido. 'Estamos lanzando productos directos al consumidor con 120 aplicaciones, juegos para mobile y redes sociales llegando a 88 millones de personas por mes en toda la región. Hay soluciones como **Launchpad** con una capilaridad importante con el consumidor final'.

Agregó: 'Pero el gran desafío es **Gloud** que representa la disrupción al modelo de consola y PC para el gaming porque no necesita hardware y baja de costo el hecho de tener una experiencia de juego importante con un

modelo de suscripción. Por 10 dólares mensuales se ahorran 1000 dólares entre los costos de renovar o comprar una consola además de los juegos, que tienen un alto costo. Vamos a un público familiar que puede acceder con cualquier device y una conexión mayor a 6 Mbps sin latencia. Además, es un mercado donde la gente está acostumbrada a pagar y se puede incrementar muchísimo el acceso'.

El área de innovación

El área de innovación en Turner Argentina es un punto a destacar. 'Tenemos un laboratorio de innovación para startups, con gente que dedica el 20% de su tiempo a trabajar en proyectos nuevos con la premisa de una necesidad no satisfecha de entretenimiento o tecnología. Puede haber disparadores como la falta de temas comunes entre padres e hijos, o lo que sea. De esa área salió **Gloud**'.

'Contamos además con el programa *Shaping the future*, que tiene que ver con temas de liderazgo y técnicas de innovación

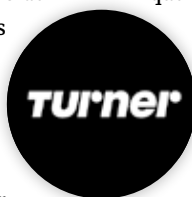


Felipe de Stefani

para ser una organización más abierta y con mayor relevancia en la sociedad y ante el consumidor actual', agregó.

Nuevo liderazgo del grupo

Además de todo eso, destacó que como grupo tiene cuatro canales en el top 10 de América Latina, con un liderazgo frente a otros grupos de la industria que hace unos años no tenían en hogares en la región'. Lo del fútbol es una estrategia panregional; en Brasil tiene los derechos de la Champions League en exclusiva, la Copa del Nordeste y ha cerrado 12 equipos del *Brasileirao* para el año que viene.



Turner: 20% de share de audiencia en Chile

Mostrando una gran cercanía con sus clientes en Chile Media Show, **Turner** organizó este año actividades lúdicas interactivas e incluso invitó el hotel a los operadores de otras regiones, siempre con el liderazgo de **Martín Bellocchio**, director de ventas afiliadas de Turner Chile.

El ejecutivo remarcó el buen 2017 para el grupo, con la celebración de los 25 años de **Cartoon Network** con contenido original y el lanzamiento de la señal HD de **CNN Chile**, la primera de toda la cadena en Latinoamérica, que en pocos meses logró un 75% de distribución. Destacó que con sus 16 marcas tiene un share de audiencia del 20%, y con los canales **Boomerang** y **CN** como número uno y dos en rating, respectivamente.

En el marco de la convención, el grupo ofreció también la conferencia de **Gloud**, la plataforma de juegos online que salió de la usina creativa de Argentina y apuntará directamente al consumidor por suscripción en un servicio *all you can eat*. 'No es un negocio tradicional de TV, es a donde miramos y enfocamos, pero no tiene que ver en lo que hacemos con los canales de TV paga', afirmó en la presentación del nuevo producto, **Alberto Nicolás Casado**, gerente comercial y de marketing de Gloud.



Martín Bellocchio y Pablo Mancuso

LO MEJOR DEL DEPORTE ESTÁ EN TyC SPORTS



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

TyC Sports

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



Viacom-Telefe 2018: Plena integración y sinergias

Presentó su UpFront en Buenos Aires

Viacom-Telefe presentó en La Rural de Buenos Aires, sus novedades de programación para 2018: producirá 4.600 horas de contenidos con una clara estrategia conjunta entre el canal abierto de Argentina y el portafolio de señales de TV paga más las plataformas digitales.

Ante más de 400 ejecutivos de agencias de medios, anunciantes, productoras audiovisuales, operadores de TV de paga y discográficas, el UpFront se desarrolló como un programa de TV conducido por **Leandro "Chino" Leunis** y con la participación de los principales talentos de todos los canales del grupo.

Los contenidos van desde preescolares e infantiles con las principales propiedades de **Nickelodeon** y **Nick Jr.** (*Dora la Exploradora*, *La Patrulla Canina*, *Bob Esponja*, *Las Tortugas Ninjas*) hasta contenidos para adultos, hombres y mujeres de 24-49 para **MTV** o **Comedy Central** y **Telefe** para +50.

Bajo el concepto "La Fuerza Mueve", **Viacom Telefe** mostró el trabajo de un año, fruto de la fusión entre las compañías y sus unidades productivas. Se mostraron un gran abanico de opciones y canales de comercialización para marcas y anunciantes, con producción original dramática y seriados juveniles, películas, series internacionales galardonadas, contenidos cortos, eventos de premiación, contenidos digitales nativos, y hasta desarrollos VR/AR que sorprendieron a los presentes.

Pierluigi Gazzolo, presidente de Viacom International Media Networks (VIMN) Americas, describió el 'movimiento' de esta 'nueva fuerza'. **Guillermo Campanini**, director general de operaciones, destacó su equipo de ventas multiplataforma, único en el país, y **Darío Turovelzky**, director ge-

neral de contenidos globales, subrayó el liderazgo de Telefe y la adquisición de Porta dos Fundos en Brasil. Juntos resaltaron las 'grandes oportunidades' para marcas y agencias con los contenidos digitales desarrollados para las nuevas audiencias, pero sin dejar de lado los clásicos del canal abierto en Argentina.

Luego, se fueron presentando los principales contenidos: comenzó la comedia romántica *100 Días para Enamorarse* de Underground, *Kally's Mashup*, serie infanto juvenil producida en Argentina para Nickelodeon. También las películas, donde Telefe es coproductor. 'En 7 de las 10 películas más taquilleras de la historia cinematográfica argentina, ha participado Telefe. Coprodujo más de 50 films, que recibieron 327 nominaciones y 212 premios internacionales', explicó **Axel Kuschevatzky**.

Otro foco claro de programación serán los eventos de premiación como los *Martin Fierro* y *Premios Tato en Argentina*, *Movie & TV Awards*, *MTV Music Awards* y *Kid's Choice Awards*. Peligro sin Codificar es el programa de humor más visto de la Argentina con 48% de share y +5 millones de televidentes, que también emite **Comedy Central**. O *Susana Giménez* en su 30 Aniversario.

Branded content es un elemento central con contenidos exitosos como *Chicas de viaje* (50% de share, 46 millones de reproducciones en el sitio web), y los nuevos *12 Signos*, *El sillón*, *El Quinto Elemento*, *Hay Equipo*, *Hermanas* y *Los*



Santiago Perincioli, Gustavo Capua, JC Acosta, Denys Aguirrebeitia, Paula Guerra, Guillermo Campanini, Darío Turovelzky y Fernanda Slingo, en el upfront



El Chino Leunis fue el presentador de lo nuevo de Viacom-Telefe



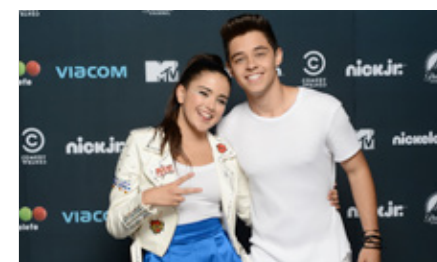
JC Acosta, Guillermo Campanini, Sebastián Ortega y Darío Turovelzky

ñoquis del 29. En realities, la estrella es *Caniggia Libre* con los hermanos Caniggia. *PH* es otro logro de este año que volverá en 2018 con **Andy Kusnetzoff**, al tiempo que el chef **Christophe Krywonis** regresa con la versión local de *Bake Off*.

Comedy Central tiene 3,89 millones de suscriptores en Latinoamérica y es el único canal 24 horas de humor. Tiene contenidos originales como *La Casa del Stand Up*, o *La Culpa es de Colón*, versión argentina que siguió a *La Culpa es de Cortés* (México), *La Culpa es de Llorente* (Colombia), *La Culpa es de Cabral* (Brasil), todos rodados en Argentina. Finalmente, *Sandro de América*, la biopic producida por **The Magic Eye** (Telefilms) con Telefe que estrena en marzo-abril.



Más de 400 ejecutivos vieron el abanico de opciones programáticas de Viacom Telefe para 2018



Los protagonistas de la nueva serie *Kally's Mashup*

interactividad en 4K



Panar UltraRes UR9851-ERO



75", 86" y 98"
Resolución 4K



Horizontal y Vertical
Flexibilidad disponible
para modelos específicos



32 puntos de touch
Tecnología Multi-touch
y Multi-usuario



Gorilla Glass ERO
Extended Ruggedness
and Optics™



Fuente Redundante
de energía



Proyectado para
operación 24/7

+55 (41) 3059-5100 | sales.brazil@leyardgroup.com
Leyard Latin America | Miami | São Paulo | Curitiba

LEYARD
WWW.LEYARDLATAM.COM

Network Broadcast: 'Acompañamos la evolución de los clientes'

Apoyado en alianzas estratégicas

Con más de 35 años proveyendo soluciones digitales para los operadores de televisión, **Network Broadcast** ha transitado por los diferentes estadios tecnológicos, partiendo de la TV analógica hasta hoy, y ha generado sus propios desarrollos tecnológicos, incluyendo OTT y CDNs. Hoy es uno de los principales proveedores de la región.

Sebastián Rossi, director comercial de Network Broadcast, destacó el balance positivo de este año para la empresa, apoyado en 'la consolidación de la convergencia y el haber nos adelantado a la evolución del mercado, producto de nuestras alianzas estratégicas con los partners y fabricantes'.

'Estamos posicionados como un proveedor que evoluciona junto a sus clientes. Si bien nadie puede predecir lo que ocurrirá en el futuro, confiamos en nuestra visión y ya nos está dando frutos. Hoy, nos destacamos por implementar las primeras soluciones híbridas y OTT en los operadores de Latinoamérica', agregó.

Network Broadcast creó una alianza estratégica con **Grey Juice Labs**. Dijo Rossi: 'La unión con empresas proveedoras de contenidos como ésta permite potenciar nuestra oferta en un mundo que para nosotros es fundamental y que requiere de otras capacidades y conocimientos. Nos permite brindar a nuestros clientes la oferta completa para la TV del futuro'.

'También tenemos alianzas con empresas de soluciones de seguridad multiplataforma para acceder a integraciones totales que consideran la topología de las redes y la evolución. Esto incluye soluciones DVB, IPTV y OTT'. Agregó. 'Empresas de procesamiento de contenido que ajustan los parámetros de la transmisión para adecuarlos a las realidades de las redes'.

El mercado regional

Opinó el director comercial: 'El mercado se ha segmentado y cada país presenta una realidad diferente. Como empresa, tenemos la capacidad de atender y diferenciar la oferta según cada necesidad. El mercado latinoamericano no es homogéneo, sino todo

lo contrario. Incluso dentro de cada país se ven realidades y necesidades diversas. Esta es nuestra principal oportunidad'.

Así, destacó el gran movimiento en Brasil, donde los ISPs se están animando a entrar en un mercado competitivo aprovechando los tendidos de fibra óptica que desplegaron y toman mercado ante la retirada de las empresas de TV por cable o DTH tradicionales.

Dijo sobre Uruguay: 'Debería darse una discusión profunda de la convergencia y la relación de las empresas de TV por cable y DTH tradicionales, y el impacto que la imposibilidad de ofrecer banda ancha tiene para el desarrollo del mercado; esto genera un retraso evolutivo al no poder aprovechar el potencial de la convergencia'.

'Para Argentina, la intempestiva codificación del fútbol hizo que las empresas quitaran el foco de la evolución tecnológica y tuvieran que adecuar rápidamente sus ofertas para considerar su encriptación. Esto generó impactos mayoritariamente en los cableros medianos y chicos, donde el proceso de encriptación se vuelve cada vez más caro'.

'En la zona andina, se ha consolidado la digitalización de las plazas; países como Costa Rica ya se están preparando para la nueva ola; en Perú, la competencia con el grande del mercado, **Telefónica**, empuja a los followers a no quedar atrasados e invertir en STBs, siendo un mercado que puja entre los costos de la digitalización y el impacto de la piratería', resaltó.

'Colombia ha quedado impactado por el tipo de cambio y esto aún se ve en los movimientos del mercado, así como en la particular situación que se da con la atomización de los pequeños proveedores, donde esperamos que se dé una concentración en el corto o mediano plazo que permita que estas operaciones dispongan de un flujo de dinero y cantidad de suscriptores que haga viable la inversión necesaria'.

Completó: 'Existen otros mercados evolucionados y con operadores muy fuertes, como Chile, Panamá y Ecuador que dejan poco



Sebastián Rossi, director comercial, de Network Broadcast

espacio para otros competidores y requieren esfuerzos diferentes por la competitividad entre los proveedores de tecnología. Finalmente, están aquéllos donde existe una contraposición de esfuerzos ante la piratería, la competencia de productos de bajo costo y baja calidad que enturbian al mercado, junto con las economías de las regiones y el precio promedio del abono que no alcanza a permitir una migración tecnológica adecuada a los tiempos modernos'.

Perspectivas para el 2018

'Si bien dependerá de cada mercado, algo general será la adaptación ante la pérdida del ARPU propio de la migración de clientes a otros métodos de visualización de contenidos para mantener un ingreso constante e incluso para aumentarlo. Tendremos mucha presión a la mejora en la oferta de soluciones tecnológicas avanzadas en la nube y ofertadas como SaaS', explicó Sebastián Rossi.


'Será el momento de la consolidación de la evolución a formas integradas entre contenidos lineales y no lineales (OTT). Como prioridad, deberemos reforzar nuestro relacionamiento con los clientes, adecuar nuestra oferta y continuar la transformación de la empresa a la dinámica local; así como reforzar nuestra presencia local en ciertas regiones, ampliando el equipo técnico, de preventas y de soporte'.

'Tenemos ingenieros con el mejor perfil, un equipo joven, dinámico, multicultural y el know how para poder atender las necesidades del operador, reforzando así día a día la confianza que transmitimos a nuestros clientes', concluyó el ejecutivo.

 simplemente

Transpórtate
al lugar que soñaste



 Insta360 Distribuidor exclusivo para México.

Renta • Compra en línea: shop.simplemente.net



simplementemx

MÉXICO

Simplemente se mete de lleno en la realidad virtual y video 360°

Para ofrecer tecnologías de experiencias inmersivas

Con el objetivo de facilitar a sus clientes la oferta de experiencias inmersivas en la visualización de contenidos audiovisuales, el integrador mexicano Simplemente integró la Plataforma 360, que combina los desarrollos de VR, AR y video en 360°.

Mónica Reina, directora de Simplemente, dijo a Prensario: 'La tecnología 360° tiene un mayor futuro de lo que en su momento tuvo el 3D. Como seres humanos tenemos la inquietud de ver o estar donde no estamos. Si nos vamos para atrás, recordemos el Viewmaster, que combinaba dos imágenes -binocular- y con una imagen estática se podía ver ciudades como París, Nueva York y con los discos se podía estar en un lugar



virtualmente'.

'Más adelante, llegó el QuickTime VR (QTVR), una tecnología que tomaba varias fotos, pero que a final de cuentas dependía de la calidad de la cámara, de qué tan angular era el lente y la exactitud de la toma para lograr una realidad virtual. Pero eran imágenes estáticas. Hicimos muchos QTVR, por ejemplo para Canal 11, que querían hacer cosas novedosas. Es algo que traemos en el ADN de Simplemente desde hace mucho tiempo. Es ver video en 360', explicó.

Por su parte, Nicolás Millot, líder de desarrollo de AR-VR de Simplemente, detalló: 'Manejamos dos cámaras: Ozo de Nokia e Insta360 PRO. Dentro de la tecnología 360 existen dos tecnologías: el normal y el estereoscópico; en éste último nos estamos concentrando, ya que permite tener una inmersión más amplia al usuario. Este modo tiene una profundidad de imagen, conformado por pares de lentes que simulan el ojo humano con la distancia aproximada de los dos ojos y da una sensación similar a la que ve el ser humano'.

'Hace un año salió al mercado la cámara Ozo de Nokia. Es de nivel profesional, diseñada para la producción de series, cortometrajes y conciertos, todo ello con re-



Rune Hansen, Luis Javier Arzate y Mónica Reyna, de Simplemente

solución 4K. Se puede monitorear en tiempo real con una pantalla y a través de un visor de realidad virtual, que permite ver a detalle lo que ve la cámara. Permite hacer livestream para mandarlo a YouTube o a Facebook, lo que otorga transmitir videos 360 en vivo'.

'La cámara Ozo cuenta con ocho lentes, ocho sensores, ocho micrófonos y una recopilación de video en definición 4K. Grabando video de manera estereoscópica, ofrece al usuario una experiencia casi real, cercana al 3D; ello acompañado de un audio HD captado de forma inteligente a través de cuatro pares de micrófonos'.

Reina mencionó que el usuario podrá contar con estos desarrollos de punta para ubicarlo en lugares exclusivos de manera virtual. 'Esta tecnología no tiene límites. No sólo se puede aprovechar en conciertos, también para productos creativos, desarrollos de bienes raíces, turismo. Y todo ello se puede combinar con realidad aumentada y podemos lograr cosas espectaculares. Es una tecnología emocionante y que ya está al punto'.

Y agregó: 'Toda esta tecnología ya está disponible en México, a través de Simplemente. Contamos con equipo tanto en renta como en venta, con la tecnología más innovadora a nivel mundial. Queremos apoyar a nuestros clientes a integrar la mejor solución en 360. No será lo mismo ver un evento deportivo o un concierto en TV tradicional, que verlo con esta tecnología 360. Es estar junto al entrenador dirigiendo un equipo o cantando junto al vocalista'.



La cámara Ozo de Nokia



Ozo en acción

Comtelsat México, pendiente de la renegociación del TLCAN-NAFTA

'La renegociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte impactaría a toda la industria. Nosotros hemos armado un portafolio de soluciones basado en compañías europeas, más allá de las estadounidenses, pero al final nos afectará de algún modo. Confiamos en que las negociaciones llegarán a buen puerto en las industrias broadcast y de telecomunicaciones', dijo Israel Gómez, director general del distribuidor mexicano Comtelsat.

Durante el desarrollo de Cloud 2017, el evento de presentación de soluciones de Comtelsat que tuvo lugar en Ciudad de México, Gómez afirmó: 'Tenemos muchas expectativas para 2018. 2017 fue un año de mucha incertidumbre, con elecciones en Estados Unidos, tipos de cambio variables, lo que pasará con el NAFTA y además de elecciones en México'.

En cuanto a la empresa, remarcó que se encaminará a la parte de servicios, que 'ha

sido muy buena este año y creemos que será importante en 2018'. Y destacó que Comtelsat se adapta a los crecientes requerimientos de sus clientes.

'Estamos ampliando nuestro alcance, porque se amplían las necesidades de nuestros clientes. Antes era poner a disposición una señal de satélite en TV abierta o radio, y llevamos muchos años haciendo eso. Ahora la necesidad es poner contenido en cualquier plataforma, y que esté disponible en todo momento a través de una instancia web, móvil, app, en smart TV, pues debemos extender nuestras capacidades. Todo este tema de video digital lo podemos integrar desde una unidad móvil, por ejemplo producir, transmitir, o publicar en redes sociales un partido de futbol'.

Durante el evento se presentaron soluciones de Comtelsat enfocadas a desarrollos en la nube, provistos por su representado en México, Aspera -filial de IBM-. 'Ofrecemos



Israel Gómez, director general de Comtelsat



Pedro Silvestre, gerente de ventas de Aspera para Latinoamérica

soluciones de Aspera para poder recibir contenidos, que luego los operadores de OTT van a poder monetizar con los usuarios finales', afirmó Pedro Silvestre, gerente de ventas para Latinoamérica de Aspera.

Grandes películas, todos los géneros, para los verdaderos fans del cine.

PREMIERE CINEMA PLATINO

SÁBADOS Y DOMINGOS 22:00 HRS

Para aquellos que disfrutan el buen cine de terror y suspenso.

MORTUM

MIÉRCOLES 22:30 HRS

Películas románticas y de corte erótico, para nuestro público adulto.

NOCHES Seductoras

VIERNES 23:30 HRS

CINEMA PLATINO

f /canalplatino
@canalplatino

Caper 2017: Optimismo ante el nuevo escenario del mercado argentino

En el Centro de Convenciones Costa Salguero de la Ciudad de Buenos Aires, tuvo lugar una nueva edición de la tradicional muestra tecnológica que agrupa a los fabricantes y distribuidores de equipos de radiodifusión y cine y TV digitales, Caper. Se vieron muy buenos resultados y los expositores se mostraron satisfechos por la buena concurrencia y representatividad de canales y productoras, que reflejaron un ánimo positivo y buenas perspectivas para el próximo año, con el avance de proyectos postergados.

La ceremonia inaugural contó con la presencia de **Carlos Pallotti**, Subsecretario de Servicios Tecnológicos y Productivos del Ministerio de Producción de la Nación, junto a los máximos directivos de la entidad, **Ricardo Solari**, **Marcelo López Coloma**, **Osvaldo Rodi** y **María del Pilar Orge Sánchez**.

Solari insistió en la necesidad de recalificar, a nivel arancelario, los insumos que utiliza la industria para exportar sus equipos, y que actualmente son considerados "suntuarios" en el nomenclador aduanero. Por su parte, Solari destacó tanto la variedad de equipamiento ofrecido a los participantes como el número de entidades nacionales y del exterior, con países como Brasil, Chile y Estados Unidos, así como varias universidades del país, que se han sumado a los contenidos del programa académico.

La expo comercial

La feria tuvo un intenso movimiento, sobre todo en el segundo día, con la presencia de los broadcasters principales de Argentina y Sudamérica, así como los canales regionales. Estuvieron los clientes más importantes: **América**,



Gonzalo Jara, de TVN Chile; José Luis Sabio, de Uno Medios; Jorge Moya, de OM Systems; Jorge Sobenes, de Ross; y Sandra Rocha, de El Siete Mendoza



José Simonetta, Jesús Lozano, de Videoelec y Rafael Castillo, de SAM

con **Juan Carlos Guidobono**, **Fox**, con **Daniel Borovsky**, **Turner**, **Artear**, con **Eduardo Bayo** y **Andrea Mirson**, **Telefe**, **Canal 9/Albavisión**, con **Fernando Banús**, de Argentina, **TVN y Canal 13**, con **Rodrigo Lara** y **Hugo Terán**, de Chile, **CDF**, **TyC Sports** y **Grupo Uno** de Mendoza.

Una noticia importante que se conoció de Bolivia fue que ya están todas las frecuencias asignadas para la transición a la TDT, que comienza ahora hasta junio del 2018 para su implementación. En cuanto a la industria, estuvo **Alejandro Wilson**, de Chile, representando a **Tecomtel**, una nueva configuración de lo que era **Tecné**, que espera volver con la expo comercial en 2019.

Actividad académica

Como cada edición, este año Caper ofreció una nutrida oferta de paneles académicos. Uno de los más destacados fue el de 360° y Realidad Virtual de la mano de **Fox**. **Diego Rodríguez** se refirió a los cambios que representa para la TV la llegada de las cámaras 360° y su derivado, la Realidad Virtual. Señaló que la cadena de producción seguirá existiendo, desde la TV estándar hasta 4K y Ultra HD. La edición también ha evolucionado, dentro de los formatos clásicos; la distribución ha evolucionado a tener nuevos terminales, mejorando la electrónica pero manteniendo la experiencia.

En la misma línea, tuvo lugar el panel sobre Realidad Virtual y Realidad Aumentada, con **Alex Teper**, **Luciano Leyrado**, **Gabriel Pomeraniec** y **Martín López Funes**. Se describió al género 360° como 'una mezcla de saberes' donde hay que mezclar la experiencia de los diferentes integrantes del grupo de trabajo' y agregaron que 'no estamos atrasados con



Iñigo, de Educ.ar, y Julien Ducaix, de Dalet



Praney Mahajan, Juanchy Mejia, Daniel y Sergio Naredo de Fox



Facundo Favelukes, de BVS, con Juan Carlos Guidobono, de América TV, Juan Chareau y Alberto Lewandovsky, de Harmonic y Fernando Mochulske, de BVS

respecto al resto del mundo, todo comenzó hace unos tres años y medio'.

Otra presencia importante fue la de **Martín Kunik** y **Agustín Garzón**, del regulador de las comunicaciones en Argentina, **Enacom**, quienes presentaron el programa de subsidios Fomeca para radios y canales de TV comunitarias y a partir del fondo reunido por las multas aplicadas a las emisoras comerciales. A efectos de los subsidios, hay un programa federal de concursos sobre equipamiento y cinco temas programáticos en materia de producción de contenidos. Hasta ahora se han entregado más de 1000 subsidios en la provincia de Buenos Aires pero también en Jujuy, Mendoza y otras provincias.

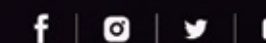
SVC.

INTEGRACIÓN TECNOLÓGICA

Descubrí todas las soluciones integrales que ofrecemos junto a nuestras mejores representaciones.



Sistemas de Video Comunicación S.A.



(+5411) 5218 - 8000 | info@svc.com.ar | www.svc.com.ar

Av. Álvarez Thomas 198 Piso 5° B C1427CCO Bs. As. Argentina.

Cartelera Caper 2017



Francisco de Marco y Emerson Pérez, de Bridge



Daniel McDonald y Felicia Jiménez, de Sony PSLA, Ariel Sardiñas, de Avid



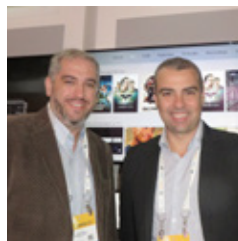
Diego Buenaño, de EditShare y Pablo Bisio, de Carbi



Diego Gilles, de Gates Air y Facundo Favelukes, de BVS



Jorge y Pablo Miño, de Mixsa



Facundo Favelukes y Thadeu Coelho, de SeaChange



Juan Manuel Casolati y Juan Carlos Madeo, de IplusB



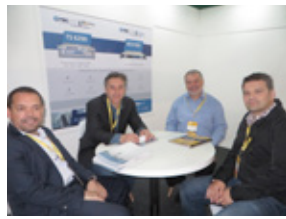
Ricardo Jiménez, de Rohde & Schwartz y Eduardo Villanueva



Martín Barragán, Juan Agra, de Megaservice y Ricardo Santos, de Datavideo



Pedro Mees, Mariano Simonetta y Armando Ishimaru



José Maseda, Pancho Jaramillo, de VGL Chile, Carlos Ferreira, de Tecsys y Rodrigo Sauvalle, de VGL



Guillermo Gilles, Carlos Winnik de BVS, Joquebed Colín y Michael Rucker, de Clear Com



Jared Pieper, Alejandro Paludi de Aveco y Francisco, de Marco



Rubén Rodríguez, de MVpoint con Federico Garzón, de VEC



Gabriel López, de BCD y Javier Ailán

CAPER realizó su tradicional encuentro de fin de año

La Cámara Argentina de Proveedores y Fabricantes de Equipos de Radiodifusión realizó nuevamente su tradicional reunión de confraternidad de Fin de Año en el restaurante Rodizio de Buenos Aires.

Tal como viene sucediendo en los últimos años, el encuentro que tiene por objetivo despedir el año permite confraternizar con los fabricantes e importadores de equipo de TV y ver como la industria cierra el año. El ánimo con todo el jueves fue muy bueno. Como destacara su presidente **Ricardo Solari**: 'Las expectativas, luego de algunos años duros eran muy buenas, y terminamos mejor de lo esperado'.

Sibien no hubo palabras oficiales, en relación al movimiento de los mercados, algunos de socios de CAPER consultados señalaron que hubo 'buena demanda hasta noviembre, ya que las radios y canales de TV preparan hasta ese momento sus planes para el verano. Las nuevas características de los consumidores está haciendo que los generadores de contenido estén más atentos y lleguen con propuestas diferenciadoras, y en esto la tecnología siempre



Ricardo Solari, de CAPER



Pia Favelukes, Eduardo Lacerra, Adriaán Corina, Alejo Smirnoff, Marcelo Lopez Colomar, Osvaldo Rodi, Gabriel Sfara y Gustavo Spera

cumple un papel importante'.

A lo largo de toda la reunión imperó la camaradería tradicional del gremio, con el tradicional brindis de Fin de Año y el deseo de un buen 2018 que todos los presentes compartieron.

SONY
HDC-4300 Super Slow Motion

¡Cambiá tu perspectiva!
Descubrí la nueva era en la producción de eventos en vivo

Sony Authorized Dealer

Más de 50 Sistemas de Cámara 4K, SONY HDC-4300 vendidos en Argentina durante el 2017 para la producción de deportes y programación en vivo del más alto nivel. Agradecemos la confianza de nuestros clientes



Humberto 1° 2889 - Bs As - Argentina
Tel: +54 11-4122-1200/Fax: +54 11-4308-5493
info@viditec.com.ar



viditec.com



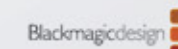
Soluciones end to end

Acompañando la convergencia digital



Llegamos para darle soluciones

info@bvstv.com - Tel.: +54 11 5282 6400 - bvstv.com



BVS consolidó su liderazgo



Gustavo Calderón y Bobby Favelukes, de BVS, Rodrick Smith, de Evertz, y Juan Rojas de Encompass

Roberto Favelukes, de BVS, destacó la respuesta que vio en los vendedores durante Caper, donde tuvo un stand con diseño renovado y más alto, con mejor exposición para las marcas líderes en broadcast como Evertz, Arri o Harmonic, además de Primestream, ChyronHego, Gates Air, ClearCom e incluso nuevas como SeaChange y NPAW.

Favelukes consideró que el movimiento del stand reflejó el liderazgo actual y el nuevo posicionamiento de la compañía en el mercado tras el crecimiento de los últimos años, que nadie en el mercado actual dejó de notar y que se coronó con la apertura de las nuevas oficinas en Núñez.

SVC: Energía renovada



Norma Tinchitella, Domingo Simonetta y Ricardo Solari en el cóctel en el Peugeot Lounge

Domingo Simonetta, de SVC, tuvo su stand tradicional con un nuevo diseño que priorizó la muestra de las marcas hacia el exterior. Eso además de un gran cóctel en el Peugeot Lounge, que también demostró el lugar que le está dando a los jóvenes en la compañía. Simonetta destacó hubo una buena renovación y que el promedio actual del plantel de SVC ha bajado a 35 años, buscando las nuevas tendencias, más energía y frescura. Ese impulso también se notó en la feria como en el equipo que fue a IBC.

Junto con eso, también fue muy bueno ver el optimismo del mercado tras las elecciones legislativas en Argentina, que permitió retomar muchos proyectos.

IplusB: Junto a los grandes clientes en Caper



David Hledik y Martin Junek de Provys con Juan Carlos Madeo de IplusB

Juan Carlos Madeo, de IplusB, destacó el buen movimiento que tuvo en su stand, que este año se trasladó al pabellón 5, donde se pudieron reflotar proyectos que estaban pendientes. En particular, destacó la buena recepción de la novedad en gráfica de Wasp3D, que tuvo no menos de diez demos por día por parte de Joseph St. Remy. De los clientes dijo que todos los importantes que tenían que estar estuvieron y que Dalet siempre es una atracción como éxito regional.

OM Systems/Solutions: Posicionamiento local

Jorge Moya y Juan Carlos Ortolán tuvieron su stand independiente en esta Caper destacando tanto el posicionamiento local como el desarrollo internacional, por el que ya son conocidos en la región y se maneja desde su oficina en Doral.



Carlos Rojas de Sonotec Bolivia, Juan Carlos Ortolán y Jorge Moya

A nivel local, Moya sostuvo que el mercado argentino está para arrancar pero que todavía falta, más allá de la buena actitud inversora de los clientes líderes. Hubo muchas visitas por Ross, que trajo a mucha gente para atender el stand. A nivel regional destacaron la mayor presencia de clientes de Chile, Bolivia, Uruguay y otros países. Tienen aliados regionales como SNews de Brasil y CIS Media, entre otros.

Canon: Nuevo equipo CineCenter/Isikawa

Canon hizo una reingeniería de su atención al mercado argentino, y armó un equipo para optimizar el servicio. Destacó, como hace 25 años, a CineCenter con Julio Fava en la parte comercial del mercado de manera exclusiva para la parte de broadcast, proveído y lentes de Cinema, y no exclusivo para la parte de lentes de fotografía y la cámara Cinema Eos. Mientras tanto, unificó totalmente la parte de servicio al cliente en Isikawa para que se pueda recurrir a un solo centro y dar el mejor servicio de post venta.



José Alvarado, de Canon; Julio Fava, de CineCenter; Liliana y Norberto Isikawa y Emmanuel Cufre, de Isikawa

Eso ya se reflejó en el stand donde el paraguas de Canon agrupó a ambas empresas.



DISCAMP®

ORGULLOSOS DE SER UNA EMPRESA ARGENTINA QUE APUESTA Y CREE EN EL PRODUCTO NACIONAL

LA LÍNEA MÁS COMPLETA EN ACCESORIOS PARA CABLES

 <p>TERMOCONTRAIBLE pared fina, media y gruesa, con y sin adhesivo. Varias medidas y colores. Terminales y empalmes de baja y media tensión.</p>	 <p>PRECINTOS UNIVERSALES. Precintos de seguridad, plaquetas autoadhesivas. Precintos identificadores.</p>	 <p>SONDAS Y CINTAS PASACABLES. Modelos y medidas varias. Accesorios.</p>
 <p>DISEÑOS EXCLUSIVOS A MEDIDA de mochilas y porta herramientas con o sin bordado. ¡Y además podés elegirlo con tu logo!</p>	 <p>CAÑO CORRUGADO línea automotor, construcción, eléctrica, medicinal, sanitario, electrodomésticos y especiales.</p>	 <p>PRECINTOS METÁLICOS de acero inoxidable, de hojalata, abrazaderas.</p>
 <p>AMPLIA VARIEDAD DE FIJACIONES de nylon, tarugos, grampas, tubos pasa pared, pitones zincados, etc.</p>	 <p>ANILLOS IDENTIFICADORES Y CINTA HELICOIDAL.</p>	 <p>SUNCHADORA, FLEJE Y HEBILLA.</p>

UNA SOLUCIÓN PARA CADA NECESIDAD



DISCAMP 14
14° Aniversario

Gracias por confiar en Nosotros!



APOYANDO LA INDUSTRIA NACIONAL



Envíos a todo el País
4687-5261/7574
Comunicate con nuestro dpto de exportación



GESTIÓN DE LA CALIDAD
RS-9000-1443
—OAA—
IRAF ISO 9001:2008

TLT con Fujifilm

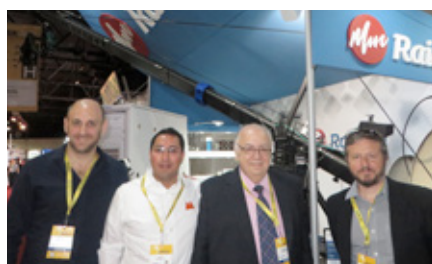


Marcelo López Colomar, de TLT, Luis Coronado y Marcel Gallo, de Fujifilm

Fue buena la primera presentación de **Fujifilm** con **TLT** de **Marcelo López Colomar**, donde se pudo dar a conocer la nueva representación a todos los grandes clientes como **Torneos**, **Artear** y hasta gente de **Panasonic**.

En noviembre ya empieza el entrenamiento técnico del personal de TLT y la instalación del laboratorio para el servicio técnico, que estará totalmente funcionando en estas semanas.

Raicom: Etapa de expansión



Javier Jurkiewicz, Rubén Rodríguez de MVPoint, Bernardo Jurkiewicz y Christian Russo de Egatel

Raicom está llevando adelante una etapa de expansión donde tomó la representación nuevamente de marcas roadcast de primer nivel como **Egatel** con **Christian Russo** y **Mobile Viewpoint** con **Rubén Rodríguez**, que estuvieron presentes cuando **PRENSARIO** visitó el stand. En el caso de **Mviewpoint** es un producto nuevo para el mercado y se hará un trabajo de introducción en el país. Tenía productos para AM y FM pero empieza a pisar fuerte en el mercado de video también.

TG presentó nueva imagen



Alejandro y Agustín Russo, Mark Tommey y Mauricio Franco

Alejandro Russo de **TG** (Technology Group) destacó en el stand de Caper el cambio de imagen de la compañía, con el nombre abreviado, y el diseño de **Agustín Russo**. Allí recibió a los visitantes por la tarde con una invitación de cerveza tirada de primera calidad. Hubo una buena muestra de sus marcas como **Solitón**, que tuvo gran éxito, además de los nuevos enlaces de video de **Vislink**.

TCA y TAC, con Click TV



Leonardo e Israel Rodríguez con David Zúbia, Alejandro Soldavino y Cristian de Leo, de la cooperativa de San Cayetano

LatinoTCA con **Leo Rodríguez** presentó en Caper su producto **ClickTV**, una solución tecnológica de OTT donde con un sólo control remoto el usuario puede manejar todo junto y sin decodificadores uniendo ambos mundos. Por su parte, los operadores pueden usarlo con esa marca o ponerle además su propio logo. Es un nuevo ejemplo de cómo TCA se adelanta a las soluciones que los operadores necesitan. Está en tratativas con operadores grandes como **Movistar** y **Entel**, y lo llevó a Chile Media Show dentro de la gran apuesta habitual de su empresa local **TAC** con los operadores. Es importante que soporta 4K.

Live Media



Avi Cohen de LiveU, Pablo Cortizo, José Luis Reyes y Christian Kardashian

Live Media con **Chris Kardashian** y **Pablo Cortizo** estuvo como siempre con **LiveU** en Caper, en una expo muy positiva donde como novedad se destacó el **LU Smart**, nuevo productos de software o aplicación telefónica para poder usar el teléfono como cámara con mayor calidad en un producto económico y muy rendidor. La cobertura de TN del Huracán de Miami se hizo así y ya lo compraron en Córdoba entre otras plazas.

Videobit: 'Empieza un nuevo ciclo en Argentina'



Juan Carlos Guzmán, Víctor Savone, de Canal 9 Mendoza y Osvaldo Rodi, de Videobit

Osvaldo Rodi de **Videobit** destacó el stand que tuvo en Caper junto a **Video Ingeniería**. Allí mostró marcas como **Cinedeck**, **CrystalVision** y **Rotolight**, que son muy reconocidas en el mercado. Igualmente es importante la parte que tuvo de fibra óptica con los enlaces para hacer video por IP con HDMI. Sobre el mercado dijo que 'empieza un nuevo ciclo' y que esto trae 'optimismo' que acompaña con empresa y que espera que será así por varios años.

PREPARADOS PARA EL FUTURO

Porque hemos evolucionado juntos.



NETWORK[®] BROADCAST
www.networkbroadcast.net

Encoders • Transcoders • CAS DRM • MUX • Moduladores • Middleware
CDN • OTT • Servicios en la Nube (SAAS) • STBs • Y más...

Sony PSLA presentó la nueva Venice

Junto a Viditec, en Caper

Luiz Padilha, de **Sony PSLA**, destacó la cámara *Venice*, que tuvo su presentación para el mercado local en un evento pre-Caper, la noche anterior. La cámara, que ya fue presentada en la IBC de Ámsterdam en septiembre, es su primer sistema en cinematografía digital de fotograma completo 36x24 mm, con capacidades anamórficas, sensor intercambiable, sistema de filtros ND en 8 niveles y un nuevo sistema para gestión del color y flujo de trabajo establecido.

En el marco de la expo de Buenos Aires, y si bien era algo en lo que ya venía trabajando hace varios meses con su representante local, **Viditec**, cerró la venta del primer sistema super slow en el país, la *HDC 4800* para **Prom TV**. La venta junto a grabadoras, servidores y 12 cadenas de cámaras 4300 se suma a las 60 cadenas de cámaras *HDC 4300* que ya había vendido en el año la compañía, colocando a Viditec como el distribuidor más importante de la marca en la región.



Francesco de Ambriggio, de Videocorp Chile, con Luiz Padilha y Adriano Bedoya, de Sony PSLA

Imagine, a la vanguardia en la transición a IP

Otra vez con Viditec en Argentina y proyectos junto a Sony PSLA

Emilio Gañán, director para Latinoamérica de **Imagine**, destacó a **Prensario** que en Caper estuvieron los clientes clave de Argentina, como también se recibió muchos clientes de Chile, Bolivia, Argentina, Uruguay, y Paraguay. Las charlas también ayudaron y en particular destacó la conferencia *Producción IP en vivo, status y mejores prácticas* junto a SET con **José Antonio García**, **Lionel da Luz** y **José Luis Casas** de su parte como líder de preventa, basado en el nuevo estándar Sempite 2110.

Una novedad importante de Caper es que **Viditec** volvió a ser el representante de Imagine. Dijo Emilio: 'Estamos contentos con la reintegración con Viditec, ya hicimos el entrenamiento de clientes y estamos trabajando en proyectos concretos con ellos.

Y también proyectos con **Sony PSLA** como partner en varios proyectos que incluso algunos se ganaron en Brasil. Nos sentimos 100% complementarios con ellos'.

Sobre el mercado argentino, sostuvo que la estabilidad va a impulsar la inversión, y más con el cambio a IP que ese está produciendo. Mucho de todo eso lo presentaron en el stand, donde hubo mucho hincapié en el cambio de sistemas virtualizados y cloud, como en UHD.

'Seguimos empujando la tecnología para virtualización de microservicios, para que se entienda las ventajas en estos tiempos de tanta transición con base a IP y desarrollo multipantalla. Asegura la inversión a largo plazo y ayuda a hacer la transición desde el SDI. Una muestra de eso



Emilio Gañán, César Carabajal como responsable Cono Sur, Marien Areco y Fernando Monetti

se vio en IBC con el nuevo *Selenio Network Processor*, herramienta IP que es una más como todas las que teníamos antes sólo en hardware y ahora en IP pero con más densidad. Permite seguir usando equipos SDI mientras se transiciona a IP con una herramienta de 32 canales en una unidad de rack', agregó.

PromTV con el VAR y Sony PSLA

PromTV se destacó mucho durante Caper; por un lado, fue la empresa que llevó adelante el sistema arbitral para el fútbol, VAR, durante las semifinales de la Copa Libertadores de América entre River y Lanús, con servidores que graban todo el tiempo al servicio del cuarto árbitro que está en un lugar cerrado al que nadie puede acceder durante el encuentro. En este tema,

estuvo el ex Pulsar **Gonzalo Pampín**, según confirmó durante la expo.

Al mismo tiempo, PromTV se destacó por haber armado una nueva unidad Móvil OB54 equipada con 12 cadenas de cámaras incluyendo la *HDC 4300* de **Sony**, y por primera vez en Argentina la *HDC 4800 Titan*. Incluye la solución Super Slow de servidores de video de Sony PSLA que soporta 4K y HDR DBMX300.



Fernando Buenaventura y Gonzalo Pampin, de PromTV

Mach Electronics presentó ANT Group en Caper

Nicolás Bloise, presidente de **Mach Electronics**, expresó que si bien el balance del primer semestre fue difícil con inflación y el cambio fluctuante, ya en el segundo semestre se reactivaron los proyectos y eso se vio en Caper.

Igual sostuvo que al no definirse todavía la fecha del apagón analógico, no se termina de dinamizar el mercado porque los broadcasters no lo necesitan. El mercado de RF no está comprando tanto por eso, que es un área clave para ellos junto con la de telecomunicaciones.

En cuanto a las marcas, una novedad de este año en el stand de Mach fue **ANT Group** en Telemetría y Network Management System, para supervisión y control de estaciones no atendidas, para clientes como Arsat. Dijo que hoy la tendencia es a la Telemetría y la supervisión remota. En

ese caso tomaron la representación y una implementación muy importante de 40 Estaciones en Uruguay con **Antel**. Permite unir los parámetros de los transmisores más la temperatura y humedad para una supervisión completa.

Del resto siguen con sus marcas como **Rohde & Schwartz**, **RFC** siempre con **Renato Franca**, **Screen Future** de Italia y **Advantech Wireless** con sus telepuertos.

Una división nueva que están potenciando para cableoperadores son los pasivos de fibra para redes FTTH, con la marca **Grandway** con instrumentos y medición de Fibra óptica.

También se destacaron en el stand una línea de productos de telecomunicaciones con amplificadores de señal celular marca **Weboost**, y antenas activas indoor y outdoor para tv digital **Funke**.



Massimiliano Malonni, de Ant Group, y Nicolás Bloise, de Mach



Massimiliano Malonni, de Ant Group, Juan Carlos Ruiz, Alejandro López, Antonio Satta, de Screen y Renato Franca, de RFS

Comrex lanza nuevo portal de audio sobre IP

Comrex lanzó un nuevo producto sobre IP, el *Opal*, que permite coordinar llamadas para entrevistas con invitados que no tienen experiencia en tecnología, manteniendo una calidad de audio de estudio a través de un smartphone o computadora.

Los invitados se pueden conectar instantáneamente con solo apretar un link. *Opal* hace posible entrevistas con calidad de voz HD, sin que el invitado tenga que instalar aplicaciones o configuraciones en sus equipos.

Una vez instalado *Opal* genera una pági-

na de web que es accesible a través de una computadora o dispositivo Android (con un micrófono, audífonos y navegador). Esta página de web permite al invitado o talento con solo apretar un botón transmitir desde su computadora, tableta o celular utilizando el códec Opus, para una excelente calidad y bajo retraso. Usuarios también pueden abrir el link con la aplicación *Comrex Opal* para iPhone o Android.

Opal soporta dos llamadas a la misma vez. *Opal* ocupa media unidad de rack, y dos uni-



Nuevo Opal de Comrex

dades pueden estar una a lado de la otra en un rack de 19 pulgadas. Conexiones del Opal solo se pueden hacer por navegadores que soportan WebRTC (Chrome, Edge y Opera).

FS24 asumió la distribución exclusiva de Biquad

Esteban Camihort de **FS24** destacó en su stand de Caper la buena concurrencia que tuvo durante la expo y que vio un contexto de mayor confianza en los clientes. Además, destacó algunas noticias como la distribución exclusiva para Argentina de los equipos de transmisión de **Biquad** de Brasil, y encarando algunas ventas interesantes como a **Radio Mitre** o **Radio Splendid**. Tiene confiabilidad y precio conveniente, además de capacitación, laboratorio y servicio local

que es lo que FS24 brinda a todas sus marcas, algunas ya muy reconocidas como **Comrex** o **Telos Alliance**. Tienen 11 empleados y una línea de servicio técnico permanente.

De Comrex, junto a **Raúl Hun**, destacó la solidez y trayectoria de sus codificadores de audio, que han sabido trasladarla al video HD con la misma sencillez al punto que ya la tienen en La Matanza y en Radio Charrúa de Uruguay. De Telos destacó la entrada en Telefe con 30 sistemas,



Mario Ferreira, Raúl Hun de Comrex y Esteban Camihort

mientras están incorporando productos de mayor tecnología.

PREMIUM QUALITY MADE IN USA

LTE SAFE

BLOCKING SYSTEM

Máxima protección frente a interferencias por sobrecarga de fuertes señales LTE

Innovación y tecnología orientada a prestar las soluciones que demanda la actual situación del mercado, con 10 años de garantía.

Flex MAX
30.000 FLEXES

Cinta de Triple capa de aluminio LTE adherida al aislamineto del dieléctrico y al jacket:

Cada cinta incorpora 2 capas de poliéster que proporcionan la elasticidad necesaria para reducir el impacto de las múltiples flexiones del cable.

FAST CONNECTOR PLACEMENT
OUTER TAPES BONDED TO THE JACKET

Tecnología adaptada en todas las capas a los diámetros estándar de la industria:

La cinta adherida al jacket permite la más rápida preparación del conector en el cable.

WATER PROOF
ADDITIVE POWDER TECHNOLOGY
DRY SHIELD

Aditivo en polvo para bloquear la entrada de agua:

Polvo de alta absorción de agua evita la entrada de agua dentro del cable

ANTI CORROSION

Conductor Central CCS con características exclusivas anticorrosión.:

Para la prevención de la corrosión del conductor central debido a fugas de agua.

CABLE LTE DE CLASE A ++

SOLICITE INFORMACIÓN

+1 (954) 312-1200

El mejor aliado para su negocio



CABLENETWORK ASSOCIATES, INC.

4800 N Federal Highway Suite E300 Boca Raton, FL. 33431 sales@cablenetwork.net WWW.CNATECHNOLOGY.COM

Telestream



Luis Fernando López y Jairo Mora con Francisco Jaramillo de VGL y el equipo de CDF de Chile

Luis Fernando López de Telestream presentó, en el stand de SVC, sus productos para el Closed Caption como el *Time Text Speech*, que tiene ya textos formateados que permite realizar esta función más rápido que en tiempo real.

Tienen nuevas aplicaciones para flujos de trabajo con contenido en vivo desde SD a 4K, con nuevas interfaces e integración con *Aspera Fasp-Stream* que permite captar contenido desde posiciones remotas como podrá ser el Mundial de Rusia el año próximo.

E-MAM



Leandro Pagella, Michael Morrison, Daniela Clerici de Mediahub y Roberto Clavijo de EMAM

Roberto Clavijo está ahora en las filas de Empress, cuyo producto estrella es el E-MAM. Se trata de una solución de Media Asset Management pero muy abierto que se entegra a varios niveles de control de archivo en un trabajo muy colaborativo. Incluye un informe de MAM con la línea de tiempo, la solución es en la Nube y en el nivel Enterprise tiene clientes Premium como Colgate o Palmolive con más de 5.000 usuarios para todo el proceso de creación y distribución de su marketing. Vebo también corre con sus productos y en Argentina, donde estuvieron con IPlusB, tiene clientes como el INTA, el Cenasa e Ideas del Sur.

Etere



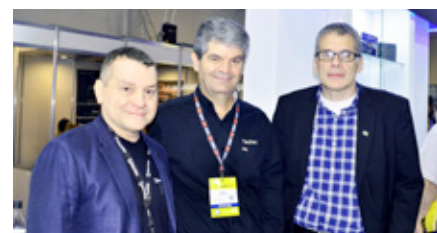
Emanuele Porfiri y Sergio Bourguignon, de TSL

Emanuele Porfiri de Etere destacó en su espacio con SVC en Caper dos acuerdos importantes que realizaron en Brasil con la parte de las Iglesias Mihdra, que la introduce en ese mercado, y también con un cliente importante de Río como ShopTime, marcando un importante paso en la región.

VSN con el TCT

VSN anunció en Caper un acuerdo con el TCT al que se le acondicionaron 15 puestos con su MAM para 38 usuarios integrado con Ipsilon con dos ingestas, un generador de caracteres y control de automatización de estudio con Playout.

Carbi Sistemas



Pablo Bisio, Ricardo Martin y Filippo Ferlini

Carbi Sistemas recibió muchas visitas de clientes y representantes en Caper, donde además ofreció cursos y presentaciones a cada hora. Pablo Bisio destacó el aporte de Newtek y Techex y el nivel de negocios que viene teniendo. 'Este ha sido un año difícil, pero creo que estamos por encima de la media en cuanto a cantidad de productos vendidos. En 2018 seguiremos con los cursos y workshops y presentaciones de producto que siempre son bien recibidos por nuestros clientes', resumió.

NPAW



Marc Maycas y Luis López de NPAW con Diego Rodríguez de Fox Digital Group

En el stand de BVS se destacó la novedad de NPAW (Nice People at Work), compañía que está entrando al mercado broadcast en Latam con una suite de productos de analytics y Business Intelligence, que ya tienen firmados clientes como Globo, Turner y Fox, además de MediaPro de España. Permite decirle al usuario si su problema está en la CDN, en la interacción con su proveedor para broadcasters y telcos, y que estos puedan dar los mejores servicios de OTT o VOD. Están armando el resto de la red de distribución en la región.

Rohde & Schwarz



Nicolás Bloise, de Mach Electronics, con Ricardo Jimenez

Con un gran año de negocios en la región, Rohde & Schwarz estuvo presente en Caper de la mano de su VP de ventas para América Latina, Ricardo Jiménez, que participó de la muestra en el stand de Mach Electronics.

'Nos ha ido muy bien en un año que no fue parejo para toda la región. Seguimos muy fuertes en Brasil y Centroamérica donde somos líderes en el mercado de transmisores, y seguimos fortaleciendo mercados como México, Colombia y Argentina donde buscamos la mejor manera de acompañar a nuestros clientes', resumió.

Tivit abre nuevas filiales en Latinoamérica

Tivit anunció la apertura de nuevas oficinas operativas en México, Bolivia y Paraguay, como resultado de los nuevos contratos en la región firmados en el tercer trimestre del año.

'Son todos contratos multipaíses con empresas de un tamaño significativo, lo que significa que nuestra expansión al mercado nos acerca a potenciales clientes que no teníamos en el radar', afirmó Leonardo Covalschi, gerente general de Tivit.

Los servicios que se entregarán en dichos países son administración y gestión de IT, administración de telecomunicaciones de las compañías y servicios End User, relacionados

con mesa de ayuda y gestión en terreno.

'Nosotros queremos brindar servicios con sabor regional y global, por lo tanto tendremos personal en cada país, lo que se traduce en velocidad, flexibilidad y oportuno tiempo de respuesta, componentes esenciales para entregar a los clientes una calidad de servicio sofisticada', concluyó Covalschi.

One Cloud

Tivit sigue su paso firme tanto en el área de media como empresa brasileña líder en el rubro y también en broadcast. En el marco de Caper 2017, la empresa estuvo presentando el



Iván Souza, Claudio Correay Claudio Stasi, de Tivit, en Caper

producto de este rubro, *One Cloud*, subiendo con el datacenter propio todo el contenido a la nube pública para una gestión unificada y poder hacer el pago consolidado también.

Por David Atman, presidente

Lindsay: Un UPS que cambia las reglas del juego

La fibra al hogar representa una forma práctica para que los operadores de TV por cable estén listos para el futuro y además, permite generar ingresos para las próximas décadas. Pero el FTTH también genera nuevas demandas en los proveedores de red. Una vez que los usuarios finales se conectan a las redes de fibra óptica, esperan que la fibra entregue una rápida conexión, un alto rendimiento y un servicio 24/7 sin interrupción.

Lindsay Broadband presenta el LBP-UPS-F, una nueva fuente de alimentación ininterrumpible diseñada para redes de fibra óptica RFOG. Esta generación de UPS es la más pequeña disponible en la industria. Por diseño, permite una mayor vida útil, más alto performance, mayor confiabilidad, una instalación más simple y un servicio a menor costo que cualquier otro UPS en el mercado.

Los profesionales de TV por cable revelaron altos niveles de frustración con los muchos problemas inherentes a los UPSs estándar. Cada unidad de UPS era muy voluminosa y difícil para trabajar durante la instalación y las llamadas de servicio, la vida útil de la batería y el tiempo de ejecución eran demasiado cortos, el diseño pobre resultó en problemas de conectividad y las baterías se agotaban muy rápidamente. En conclusión, los cableoperadores vieron el costo de cada unidad de UPS escalando fuera de control.

El LBP-UPS-F está diseñado con componentes de larga vida, más fácil de instalar y capaz de entregar energía confiable, y a un menor costo que las soluciones convencionales. El LBP-UPS-F está diseñado alrededor de la batería Lithium Ion y su duración des de ocho horas con un backup de 400ma de carga.

Más larga vida

Complementando y extendiendo la vida, ya de por sí larga, de las baterías de litio, el LBP-UPS-F asume una nueva aproximación a la carga de batería con su innovadora tecnología de posicionamiento térmico. Un termistor controlado por microprocesador permite decidir cuándo cargar las baterías.

Comúnmente, cada unidad se monta en los armarios eléctricos, garajes o áticos del suscriptor, donde las temperaturas pueden fluctuar hasta 100°C. Otros cargadores UPS comúnmente utilizados simplemente continúan cargando la batería como si fuera 25°C continuamente, aplicando una carga de voltaje constante sin importar las condiciones ambientales. Este tipo de carga de línea plana reduce la vida útil de la batería, costando a los cableoperadores más en costos de servicio y reposición. La sobrecarga de estas baterías causa calor, falla de la batería y en casos extremos puede causar la fusión del UPS.



David Atman, presidente de Lindsay

Alejarnos de las voluminosas soluciones de baterías de ácido permite al LBP-UPS-F de Lindsay tomar un factor de forma muy pequeño de 78 X 156 X 44 mm y sólo 0,45kg completo con conectores f de entrada y salida según las normas SCTE. Los UPS pueden ser instalados virtualmente en cualquier lugar.

Conclusión: Su negocio, su dinero

El LBP-UPS-F está diseñado para ayudarlo a usted, al operador, a mejorar sus operaciones de negocio y reducir los costos. Entonces, si le pedimos que considere unas pocas cuestiones importantes: ¿Cuántas baterías tuvo que reemplazar su compañía el año pasado? ¿A qué costo? ¿Le gustaría tener incluso la mitad de su dinero de regreso? Si gasta demasiado en reemplazos de batería, y si le gustaría ahorrar más del 50% de sus gastos operativos relacionados con el UPS, le sugerimos que nos contacte.

Por Paola Alexandra Zapata L., corresponsal en Colombia

Finalizó la décima edición de Tecnotelevisión & Radio en Colombia

Para toda la industria Broadcast del país

La décima edición de Tecnotelevisión & Radio se realizó del 15 al 17 de noviembre en Bogotá, Colombia, luego de tres intensas jornadas con un variado programa académico y la participación de más de 70 expositores de Estados Unidos, Europa y América Latina.

Adriana Ramírez, Project Manager, TecnoTelevisión & Radio, dijo: 'Esta es una de las ferias de la industria más reconocidas por los visitantes como el lugar de negocios, actualización en tecnología preferido en la región'.

Todos los avances más importantes en la industria del Broadcast se pudieron ver junto a los fabricantes, distribuidores y empresas integradoras como **AccuWeather, Fujifil, NyL, All Music, Brainstorm, Live U, Megatrax, Avcon, Seel, E Way, Kramer, The Telos Alliance, Harman, Intek TV y Aprotech**, entre otros.

Las conferencias contaron con destacadas figuras como **Tor Rolf Johansen**, de Black-magic Design; **Gustavo Brunser**, de Adobe System Chile; **Gerardo Vargas**, de Nautel; **Fabián Andrés Murcia**, de Blu Radio / Caracol TV; y **Alejandro Pasika**, de Gad Electronics.

En cuanto a los expositores, **Sergio Guillermo Amuchástegui Morales**, RSM LATAM de AccuWeather para Latinoamérica y el Caribe, destacó el monitor de 65 pulgadas, touch screen con la aplicación de story teller y storm director que es un conjunto de aplicaciones ya establecidas de touch para diseñar shows de climas o diferentes anuncios de noticias'.

'Este tipo de eventos nos permiten profundizar y conocer las novedades más recientes

en los diferentes equipos y herramientas que usamos a diario en nuestros trabajos. Tanto las conferencias como los expositores nos cuentan cuáles son las novedades y cuál es la mejor forma de sacarle provecho a estos productos', comentó **Juan Carlos Cabrera**, Subgerente de Radio Sanyo.

Por su parte, **Odwin Alarcón**, de Audio & Sonido Doble TT, resaltó: 'El poder participar en una feria como esta, nos da la oportunidad de saber qué estamos haciendo bien, que equipos son novedad y cómo podemos sacarle provecho a cada uno de los dispositivos, aplicaciones y herramientas. La Tecnología avanza rápidamente y si no estamos al día, es posible que perdamos oportunidades de negocio'.

Este año se llevó a cabo la quinta versión



Adriana Ramirez, Project Manager, TecnoTelevisión & Radio

del concurso universitario TecnoTelevisión 2017 que busca reconocer a los futuros profesionales de la industria, el trabajo que realizan en las universidades. El proyecto ganador de esta edición fue **Luis Felipe Montoya Varela**, de la Universidad Tecnológica de Pereira con Entropía.



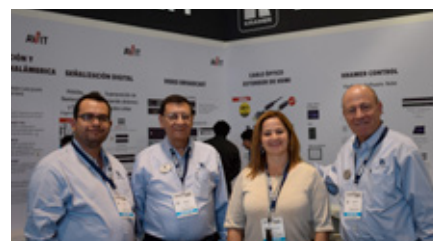
Carlos Iván Fernández, Carlos Fernández Zafra, Carolina Fernández y Omar Parada, de Seel



David Fajardo y Sara Sepúlveda Botero, de Aprotech; Sergio Amuchástegui, Anastasio Moreno y Sergio Borda, de Brainstorm



Gilbert Felix, de Enco y Juan Puyed, de The Telos Alliance



Nelson Castro, Mario Sánchez Gómez, Mercedes Vidal y Aharon Yablon, de Kramer



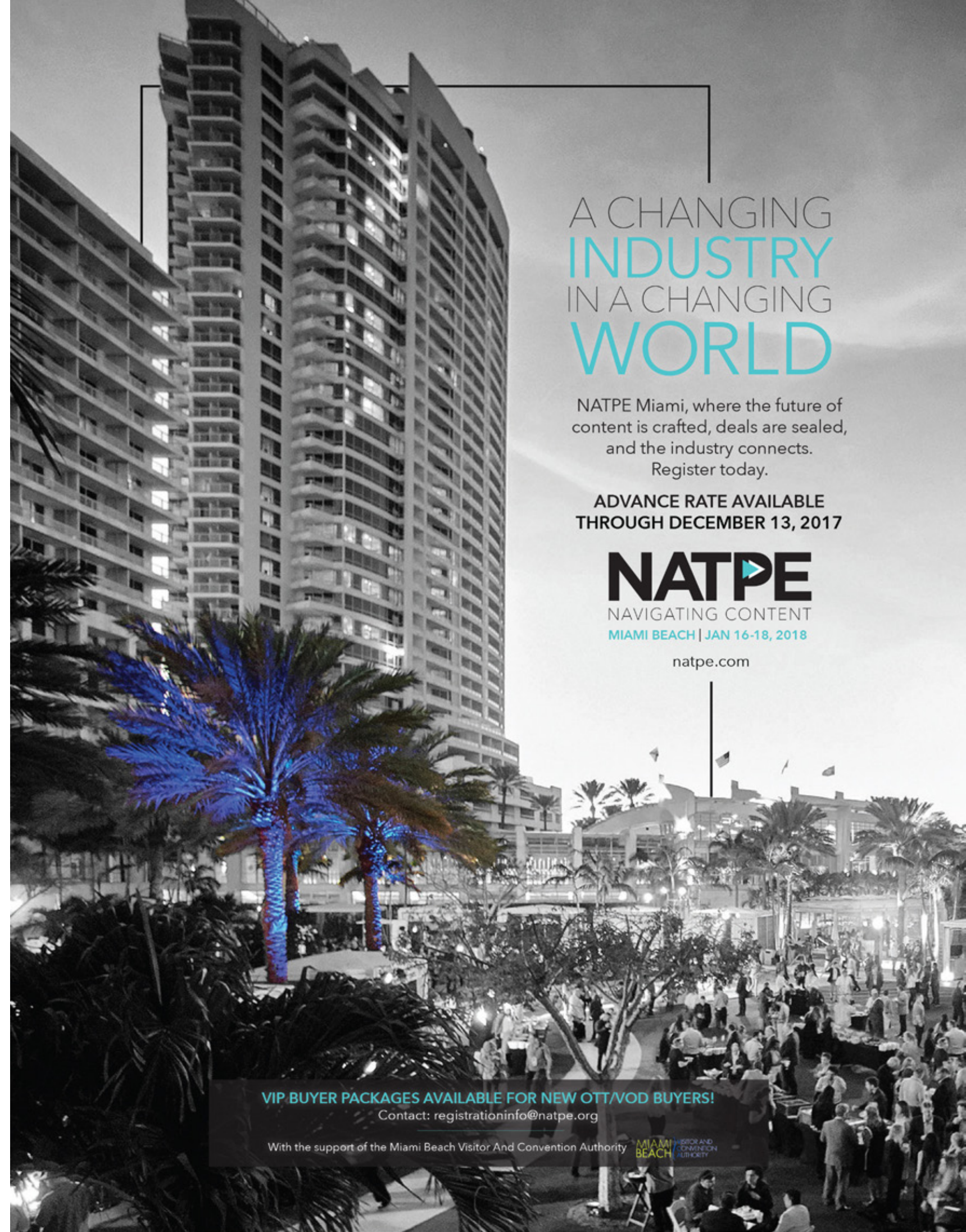
Guillermo Massucco, presidente de 3Way, y Camila Toro, Sr. Marketing de IntekTV



Ralph Messana, de Broadcast USA, y Ricardo Frias, de Avtech



José Luis Reyes, Mónica Acosta y Francisco Roa, de LiveU



A CHANGING
INDUSTRY
IN A CHANGING
WORLD

NATPE Miami, where the future of content is crafted, deals are sealed, and the industry connects.
Register today.

ADVANCE RATE AVAILABLE THROUGH DECEMBER 13, 2017

NATPE
NAVIGATING CONTENT
MIAMI BEACH | JAN 16-18, 2018

natpe.com

VIP BUYER PACKAGES AVAILABLE FOR NEW OTT/VOD BUYERS!
Contact: registrationinfo@natpe.org

With the support of the Miami Beach Visitor And Convention Authority



Videoswitch: Oportunidades con los apagones analógicos en Latinoamérica

El fabricante cumplió 30 años y lo celebró en Caper

Videoswitch cumple 30 años en el mercado donde está consolidada, no sólo en el mercado argentino sino en toda Latinoamérica, donde aprovechó como nunca los procesos de apagón analógico en cada país. La empresa cierra un año de muchos viajes y en el que concretó seminarios en Costa Rica, Chile, Bolivia, y pronto estará en Ecuador, Perú, Paraguay y Uruguay.

En el marco de Caper, **Roberto Maury**, CEO de la empresa argentina, remarcó el éxito que está teniendo con sus desarrollos para TV abierta, llegando a cada territorio donde se enciende la señal digital. En la expo, aprovechando la celebración de su aniversario, realizó un gran sorteo del que participaron más de 80 personas que estuvieron en el stand para ganar un smart watch Samsung Gear S2, y un Smartphone Samsung Galaxy J7.

Allí se encontró con las empresas bolivianas con las que ya cerró acuerdos para este despliegue. 'Estamos concretando negocios en Bolivia, con una importante empresa de Broadcast, y estamos en conversaciones con más empresas. En Chile, ya estamos con **Canal 13**, que compró un desarrollo original, relacionado a la función de splicer, mostrando una confianza importante', afirmó. 'En Costa Rica también cerramos negocios con la Universidad Nacional, a la que le vendimos todo lo que teníamos en ISDB-t, siempre en televisión digital'.

'El gran objetivo nuestro es estar en los apagones analógicos de la televisión terrestre. Lo que pasa es que como se va

postergando, quizás ya estamos con todo cerrado y de repente el gobierno posterga la fecha del apagón y con él se posterga también la inversión', explicó el ejecutivo sobre los casos que se dieron recientemente en Costa Rica y Perú.

Para completar todo su catálogo para la parte de televisión terrestre, Videoswitch está desarrollando un último encoder para ISDB-t. 'Nos acaban de llegar las placas armadas y ahora estamos en pleno desarrollo del software. Más tarde tendremos el insertor de comerciales digital, que ya lo teníamos en analógico y ahora vamos por el HD'.

Negocios en cable

Uno de los desarrollos más importantes del año en el segmento de cable fue el que hizo junto a una empresa francesa para Flow de Cablevisión. Además, cerró un acuerdo importante en México donde vendió una guía de programación electrónica (EPG DVB) para cable.

Afirmó el CEO: 'Estamos trabajando muy intensamente con **Tigo/Millicom** en seis países. Todo este año nos contactaron permanentemente y nos tienen una confianza ciega. Nos eligen por lo que sabemos, porque nos pueden pedir algo específico. Les resolvimos muchos desarrollos particulares que necesitaban y creo que esa es la clave, el desarrollo a medida. El diferencial nuestro



Esteban Erize, Roberto Maury y Julián Mezzotero, de VideoSwitch, con Juan Carlos Rossi, de la provincia de San Luis

es el desarrollo a medida para la solución específica de su problema. Eso además del soporte postventa que es excelente', completó.

Soporte postventa y distribuidores

La empresa está en todos los países a través de diferentes distribuidores. Sin embargo, el servicio postventa se hace directamente de manera remota. 'No tenemos exclusividad con ningún distribuidor; el que quiere, puede vender nuestros productos. Siempre la asistencia postventa y la respuesta a los problemas se da directamente de manera remota, sin intermediarios. La tecnología lo permite', detalló.

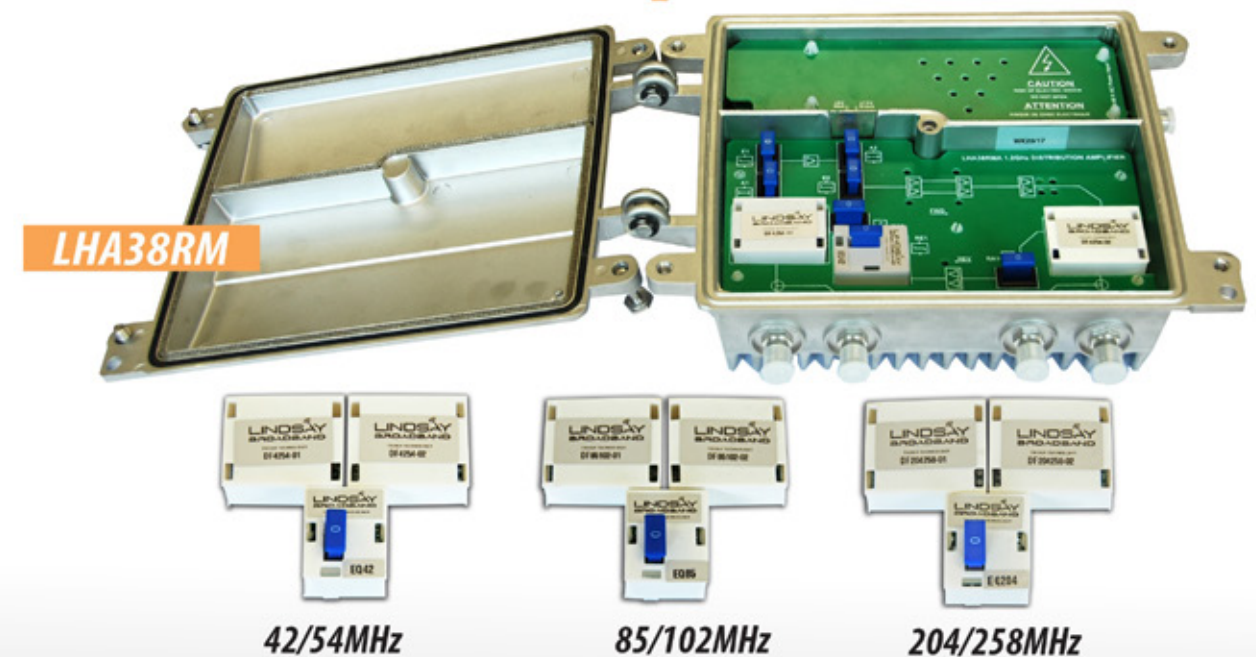
En este sentido, en Caper se encontró con algunos de sus revendedores en Brasil, donde trabaja con **OM** de **Juan Carlos Ortolan**, y en Bolivia, donde está con uno de los más importantes, **Sonotec**, de **Carlos Rojas**.

Proyección 2018

'Ya estamos terminando con los desarrollos de los quipos de aire, aunque siempre hay que agregarles algo. Ahora hay que avocarnos al cable, que es el negocio que sigue, el que siempre nos sostuvo. En

particular en este momento, hay una oportunidad para aire con el apagón, pero el que siempre estuvo es el cable y vamos a volver a hacer equipos, que ya algo empezamos'.

Innovador Amplificador MDU



El nuevo amplificador para aplicaciones MDU de Lindsay viene preparado para redes DOCSIS 3.1® cuando su red así lo amerite. La serie de amplificadores LHA38RM opera hasta 1.22GHz y tiene módulos de ecualización y filtrado reemplazables lo cual permite un cambio inmediato de la frecuencia de retorno.

Frecuencias de retorno disponibles a 42/54, 85/102 y 204/258 MHz

Características:

- Caja de Aluminio fundido de instalación en pared
- Diseño con aletas para disipación de calor
- Estándar IP68 para usos en exteriores
- Rango de temperatura de operación de -30C a +55C
- Ganancia de 38dB en avance y 24dB en retorno
- Atenuadores tipo JXP para configuración total
- Puntos de prueba externos de -20dB
- Protección de sobretensión de 6kV en todos los puertos
- Fuentes de poder de 40-90VAC, 15VDC o 100-240VAC
- Actualización fácil de 42/54 a 85/102 o 204/258MHz

To learn more about Lindsay high bandwidth multiple dwelling amplifiers contact us today at: contactus@lindsaybroadbandinc.com

Standards-compliant and *Lindsay TOUGH*

Tough Wireless, Optical and RF Solutions.

LINDSAY
BROADBAND
TOUGH TECHNOLOGY.

www.lindsaybroadbandinc.com

2035-2 Fisher Dr. Peterborough, ON K9J 6X6 • 1.705.742.1350



Roberto Maury con el ganador del smartphone



Más de 80 personas participaron del sorteo en el stand de Videoswitch

Chile Media Show: Todo apunta al FTTH

Con TV Cables y las señales como protagonistas

Chile Media Show mostró en el Hotel InterContinental de Santiago un formato ágil y renovado, donde se destacaron los screenshots de las señales principales. La asistencia de operadores fue muy correcta, con 40 socios de TV Cables de Chile con Luisiano Rosas y Cristian Zuleta, TuVes con Konrad Burchardt, Mundo Pacífico con Harry Cea Córdova, Supercanal de Argentina, y la novedosa plataforma de streaming Zapping TV. Movistar también estuvo en el hotel el segundo día.

La inauguración contó con la participación María Soto, de Isos, junto a Sergio Veiga de Capps de Argentina y Fox, María Dolores Souza de CNTV, Catalina Vera de Subtel, Cristian Zuleta de TV Cables de Chile y UOL (Unión de Operadores Latinos, pero incluye

a todo el Cono Sur) y Washington Melo de CUTA de Uruguay, que llevó a varios representantes. María Soto expresó que la industria en Chile superará en 2021 los 4 millones de abonados y que la penetración junto a los OTT superará el 51%.

CNTV y Subtel interactuaron con los cableros

Se destacó la conferencia de regulación con María Dolores Souza de la CNTV, que mostró números que preocupan a la audiencia como la regulación de contenido polémico –sobre suicidios, asesinatos o anorexia– en Internet, y Catalina Vera de Subtel –en reemplazo del subdirector Rodrigo Ramírez– que habló de cómo está armando el plan nacional de infraestructura digital para el acceso igualitario y no discriminatorio en todo el territorio nacional.

Tiene foco en la fibra óptica y avanza sobre zonas del sur, de donde había operadores presentes, con planes a largo plazo y sin competir con las empresas privadas. También la ley de reglamentación de telecomunicaciones que incluirá transparentar los Mbps que le dan efectivamente los proveedores al público.

También fue bueno el panel de piratería, con Daniel Steinmetz de Fox, Sergio Piris de Cablevisión Argentina y Sergio Canavese de Discovery, con la problemática que afecta desde todos lados: se mencionaron cerca de 500.000 suscriptores ilegales en Chile. En



María Soto encabezó el acto inaugural de CMS 2017



Alexis Piwonka, de TVN, y Cristian Farias, de Cable Hogar, con 7 cabeceras en 7 y 8 y gna región



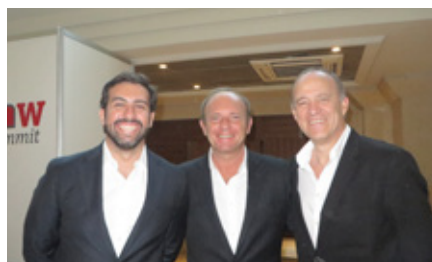
Gustavo Minaker y Martin Bellocchio con el equipo de Turner en CHV

Fox hacen cuatro pilares como estrategia contra la piratería, pero primero está la educación de niños y jueces.

Canavese agregó que tiene un plan regional y local, recorriendo en lo comercial primero a los piratas y luego se inician acciones legales. Para Cablevisión la piratería es un 14% de su base de suscriptores.



Cristian Zuleta, de TV Cables de Chile, y Daniel Steinmetz, de Fox



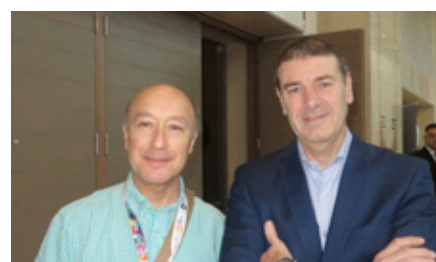
Ignacio Landetta, Sergio Veiga, de Fox, y Konrad Burchardt, de TuVes



Javier Suddel de Socoepa, Cristian Zuleta y Luisiano Rosas, de TV Cables de Chile



Marcelo Bresca, de Televisa Networks, y Eduardo Gaete, de Costa Color



Paulo Mohr, de Intraco.m y Claudio Isolani, de Discovery



dibox OTT



dibox.com.ar

f t You Tube /diboxargentina

dibox

SignalTV



Javier Casella, de Zee Mundo, y Hortencia Espitaletta, de Signal

Hortencia Espitaletta, con su empresa de representación de señales **SignalTV**, estuvo por primera vez en Chile Media Show. Dijo que ve buena proyección en Sudamérica para **CineClik**, **XTime** y **Zee Mundo**, que también estuvo representado por **Javier Casella**. En la expo estuvieron negociando con **TV Cables de Chile** y **CUTA** de Uruguay.

Isay



Abraham Valdebenito

Con mucha proyección internacional y demostración del auge de la fibra en la industria fue la aparición de **Isay**, la primera fábrica de fibra óptica del Cono Sur con sede en Chile en la comuna de San Miguel. Allí tiene 21 personas con un plantel de ingenieros. Tiene un plan de expansión para exportar a la región, donde ya lleva dos años de inversiones, y cuenta con una sucursal en Paraguay.

María Visión



Carlos López y Kenia Rivera

María Visión termina un año de presencia casi completa en la región, meta que buscará repetir en 2018, mientras avanza con la promoción de sus nuevas señales, según destacó **Carlos López** en CMS.

JCM es un canal familiar y **María Visión Italia**, que fue muy pedido en Argentina y Uruguay. Confirmó que ya ha regularizado los datos de los operadores, duplicando los datos que ya tenía, lo que permitió confirmar que el canal supera los 1800 activos que están recibiendo la señal.

Tecnored



El equipo de Tecnored en Chile Media Show

Buena presencia volvió a tener **Tecnored** con un año de la compañía instalada en Chile a cargo de **Jorge Rivas** y con total apoyo de

Furukawa del que tiene en exclusiva su línea FBS para la parte broadband. En Chile, estuvieron ejecutivos de Furukawa como **Marcos Mascarenhas** y **Christian Rodríguez** con el que se dio una conferencia para los cables independientes sobre la evolución de las tecnologías para la fibra al hogar.

Juan Domínguez, de Tecnored, adelantó que el año que viene seguirá su apuesta regional empezando desde Andina Link, con buenas apuestas en Perú y Ecuador para el 2018.

Silica/Datco



Enrique Villagra y José González

Una buena presencia nueva en Chile Media Show fue sílica del grupo **Datco**, que tiene oficinas en Buenos Aires, Sao Paulo y Lima, y el objetivo es continuar creciendo con sus soluciones de continuidad con los cables de Chile sus soluciones de conectividad.

Zapping TV: Streaming de canales abiertos de la región

Alianzas con ISPs para comercializarlo

Una gran novedad de Chile Media Show fue **Zapping TV**, que se lanza a la región en diciembre con contenido de los principales broadcasters de Colombia, Chile, Argentina y otros países. En la convención estuvieron el CEO, **Gustavo Morandé**, junto con la gerente de adquisiciones, **Marina del Canto**, ex Canal 13.

Es una plataforma de streaming lineal con una serie de canales abiertos de distintos países que se ofrecerán en de Colombia, Argentina, Chile, Brasil y España, siempre

con packs locales. Apunta a los cord nevers (quienes nunca tuvieron cable) y cord cutters (que han cortado el servicio de cable). En Estados Unidos existe pero en Latinoamérica es el primer proyecto así.

De Colombia, cuenta con los canales de RCN, **Nuestra Tele** y **NTN24**, además de **Caracol**; de Chile, tiene **TVN**, **Canal 24 horas**, y **Canal 13**, y también hay señales internacionales como **Bloomberg** y **DW**. Son todas grandes marcas que se ofrecen al público directamente, por lo que se busca-



Gustavo Morandé, Marina del Canto y Sabrina Capurro

rán acuerdos con empresas que lo puedan distribuir en telcos e ISPs como **Claro** o **VTR** y fabricantes de televisores.

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

TAC Chile: La tecnología del lado del operador

Leonardo Rodríguez, presidente de TAC Chile, destacó que hace muchos años que la empresa está en el país. Su respuesta al avance de la TV no lineal es una solución de FTTH más IPTV.

'La tecnología está más que nunca del lado del cableoperador', afirmó en referencia a que el operador en su cabecera no necesita ni CMTS, ni modulaciones QAM, ni ya fuentes ni activos de red o instalar múltiples dispositivos en la casa de los abonados.

Destacó el nuevo formato de comercialización posible con FTTH, donde la red ya no marca más el límite del negocio del operador.

José Pautaso habló luego de la segunda parte de la solución, la parte de IPTV con la marca propia ClickTV Latino que ya se presentó en Caper como un sistema completo de transmisión de televisión en vivo y on demand.



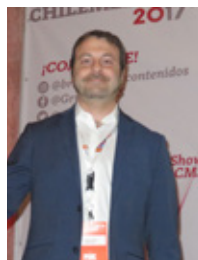
Leonardo Rodríguez, presidente de TAC

SGDG llevó sus marcas a Chile

En el stand de SGDG de Sabrina Capurro, se destacaron señales internacionales que nunca habían venido a Chile Media Show. Pasiones con Fernanda Merodio, Agrotendencia y Band/Trip Brasil con Marcelo Assumpção, que cerró acuerdos recientes con Band para Zapi en Chile. Como canal no lineal, está abriendo espacios y también lanzará el nuevo aplicativo para Android.

Agrotendencia también hizo su primera entrada en Chile para testear en los países del sur –con TV Cables de Chile y CUTA de Uruguay– como va un canal que partió desde Centroamérica y la región andina. La ventaja frente a otros es que tiene programación de todos los países, incluso de Chile. Si va bien la idea es incrementar la parte local del sur que llega al 20% del total. Está también avanzando en negociaciones con Cotas de Bolivia, TVCable Ecuador y Millicom.

Cartelera Chile Media Show 2017



Alvaro Amar, de Samsung



Damián Frezza y Florencia Geoghegan, de AMC



Daniel Otaola y Ariel Katz, de Viacom



Rodrigo Bassauri y Harry Cea, de Mundo Pacífico con Miguel Clutterbuck, de Artear



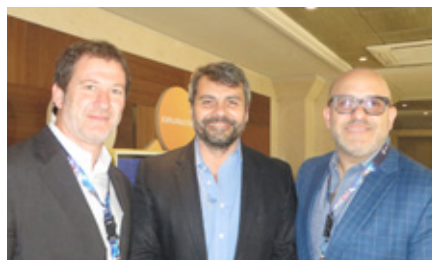
El equipo de BethelTV



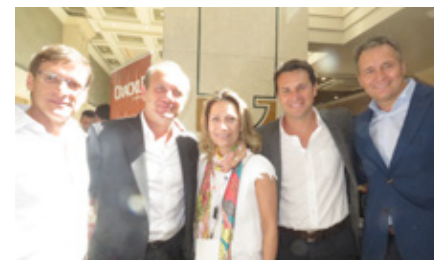
Heiko de DW y María Eugenia, de EWTN



Julieta Sierra y Eduardo Ruiz Zaldivar, de Network



Matías Lassalle, de Toolbox, Alejandro Neri, de SES y Guillermo Hidalgo, de Inti Network



Sergio Canavese, Sergio Veiga, Loreto Gaete, Diego Torregrosa y Fernando Gualda



Pablo Peralta y Fernando Guerra, de LatPower



Simplifica la logística de los productos críticos.



01-918-251-2887

www.tulsat.com

2017, el año de transformación de Toolbox

2017 ha sido un año bisagra para **Toolbox**, el proveedor líder de soluciones de TV Everywhere para operadores de TV paga y programadores. La estrategia basada en promover su familia de soluciones a todos los operadores, proveedores de contenidos y nuevos jugadores, evolucionó a una posibilidad de adquisición de productos individuales.

Cloud Pass incluye varios productos como SSO, Home Base Authentication, Guest Accounts, Free Views o Try & Buy que mejoran la experiencia del usuario en lo que respecta a validación y autenticación; Cloud Experience cuenta con apps multi-devices, interface, Real-time UX changes y otros productos que permiten una excelente experiencia de TV para el usuario; mientras que Unity ofrece productos para la agregación y distribución de contenidos como DRM, VMS, CDN, Ad Server, Profiles y muchos más que hoy se pueden adquirir por separado. Ese es justamente el valor único de Toolbox, su diferencial.

Este año ha sido de grandes logros, entre los que se destacaron el acelerado crecimiento de su equipo tecnológico, responsable de la creación de nuevas soluciones como Live Channels; el fortalecimiento de su departamento comercial, que ha cerrado un buen volumen de acuerdos en Latinoamérica; la ampliación de sus headquarters en Argentina, donde espera sumar más puestos de trabajo en los próximos años; y la apertura de oficinas en Uruguay, desde donde planea atender otros mercados de la región.

‘Nuestra evolución no se refleja solamente en más espacios y recursos humanos’, subrayó **Mauro Peluso**, CTO y Founder de Toolbox. ‘Hemos madurado como compañía: 2017 ha sido un año de muchas novedades, pero sobre todo de aprendizaje. Estamos muy contentos con el presente, y seguiremos con planes agresivos de expansión para 2018’.

Los productos de Toolbox se siguen actualizando para cubrir las necesidades de los clientes y, según el ejecutivo, el próximo ‘paso natural’ será desagregar sus funcionalidades (player, encoding, DRM, entre otras) para ofrecerlas por separado, según quién lo



Mauro Peluso, CTO y founder, Paula Castellanos, CBO, y Matías Lassalle, director comercial

necesite. ‘Creemos que es fundamental ser lo suficientemente flexible para adaptarnos a lo que cada cliente requiere’, completó.

Otro paso importante es el manejo de suscriptores, que apunta a consolidar un sistema de billing a través de distintos medios de pago. Es un proyecto en el que Peluso está involucrado desde un comienzo y ha analizado las mejores opciones para que el usuario pueda hacer un pago directo o un pre-pago con tarjetas que adquiera en kioscos y centros comerciales.

‘Internet democratiza el negocio e incrementa las oportunidades de desarrollo, por lo que sin redes que sostengan el creciente consumo de video por parte de los usuarios, el escenario de evolución hacia TVE se ralentiza. Sin embargo, hemos visto mucho movimiento en el primer y segundo tier, donde la competencia con otras compañías obligan a los jugadores a una mejora constante’, aclaró.

Según su visión, la TV de pago seguirá liderando por su rol clave en la agregación, entrega de contenidos y billing. ‘Donde esos operadores no estén fuertes, aparecerán plataformas cloud de agregación como **Apple TV** o **Roku**. Ya son una realidad en USA, pero también en México y Brasil, entre otros mercados’, aportó Peluso.

El fútbol es un gran driver de negocios. Este año Toolbox aportó sus soluciones a **FOX** y **Turner** en la implementación de la **Superliga** en Argentina. ‘Ahora estamos integrando los

feeds **FIFA** para la **Copa del Mundo Rusia 2018** mientras dimensionamos las plataformas de los clientes para que soporten una altísima carga de usuarios tal como lo hicimos en años anteriores’, explicó **Paula Castellanos**, CBO.

Finalmente, **Matías Lassalle**, director comercial, destacó los acuerdos cerrados en el último trimestre del año en México, Colombia, Argentina y Costa Rica, que fortalecen la presencia de la compañía en toda la región.

Sky, principal operador DTH de México, confirmó la integración a la plataforma de Toolbox para mejorar su servicio de TV Everywhere. En Costa Rica, **Telecable** eligió una solución end to end del proveedor enfocada al usuario, y **Cable Tica**, operador líder de ese mercado, encargó el desarrollo de todas sus apps que se suman a la contratación de Unity y Cloud Pass. En Colombia, el proveedor de contenidos **TeleVVD (DHE)** lanzará en los próximos meses su servicio de TVE para usuarios de pequeños y medianos operadores del país.

Y en Santa Fe, Argentina, **Playcom**, operador de Televisión Digital, Internet de banda ancha y fibra óptica, apuesta a incrementar su presencia en el mercado del interior de Argentina con su nueva plataforma completa, que está desarrollando Toolbox.

Peluso y Castellanos completaron: ‘Los operadores está muy activos en su oferta TVE, mientras que vemos muy buenas oportunidades entre los proveedores de contenidos pequeños. Esperamos buen volumen de negocio en este segmento en los próximos meses’.



“YOUR BEST DEAL BEGINS WITH ACE!”

WIRELESS CABLE MODEMS DOCSIS 3.0 & WIRELESS EMTA DOCSIS 3.0

We have the **LARGEST INVENTORY** of refurbished, wireless cable modems in the industry.

ACE
RESELL • REUSE • RECOVER • RECYCLE

Arris DG860A
Wireless Cable Modem, Docsis 3.0, 8x4

Ubee DVW32CB
Wireless EMTA, Docsis 3.0, 16x4

Arris DG1670A
Wireless Modem, Dual Band 802.11, Docsis 3.0, 16x4

Arris TG852G
Wireless EMTA, Docsis 3.0, 8x4

Arris TG862G
Wireless EMTA, Docsis 3.0, 8x4

SMC Net. SMCD3G0804W
Wireless Cable Modem, Docsis 3.0, 8x4

Motorola SBG6580
Wireless Cable Modem, Docsis 3.0, 8x4



Cisco DPC3825
Wireless Cable Modem, Docsis 3.0 8x4

Cisco UBR7246
CMTS Docsis 3.0, Universal Broadband Router

CALL US TODAY
913-888-5100 Toll 866-329-0060
(Se habla español)

TURN YOUR TRASH INTO **CASH**

ADAMS CABLE EQUIPMENT
9635 Widmer Rd, Lenexa, KS 66215
AdamsCableEquipment.com



WE BUY & SELL
NEW AND USED EXCESS EQUIPMENT