

TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN DE ARGENTINA HACIA EL MUNDO



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



Departamento Venta Señales 5411 4370 1395 | 5411 4339 1541

Contenidos que conectan

@ArtearMarketing

artear
www.artear.com

DICIEMBRE 2018 | AÑO 27 | # 347

Prensario Internacional

www.prensario.tv

TELEVISIÓN • PLATAFORMAS DIGITALES • LICENSING



LOS PROTAGONISTAS 2018

Ana Cecilia Alvarado • Alberto Ciurana • Tomás Darcyl • Pierluigi Gazzolo • Diego Lerner • Carlos Martínez
Fernando Medín • Carlos Moltini • Sebastián Ortega • Whit Richardson • Eduardo Ruiz • Frank Smith

EDICIÓN POST:

CAPER 2018
broadcast • cable • satélite • cine • iluminación • audio

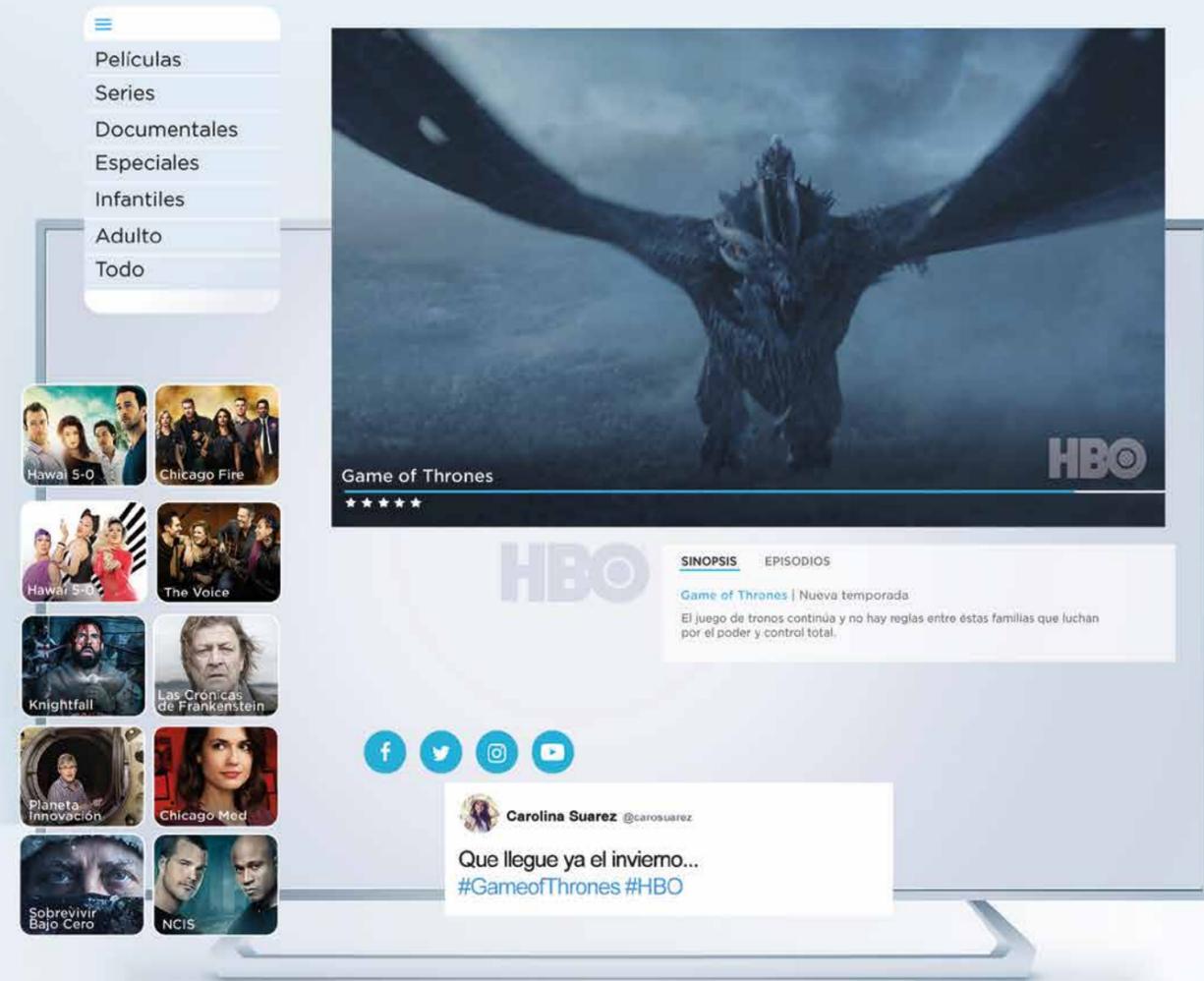


CHILEMEDIA &
CONTENT 2018



ENTRETENIMIENTO INTELIGENTE

EN CONSTANTE EVOLUCIÓN



HBO | LATIN AMERICA

Somos la evolución del entretenimiento.

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



© 2018 Home Box Office Inc. y HBO Ole Partners. Todos los Derechos Reservados. HBO® y las marcas de servicio relacionadas son propiedad de Home Box Office, Inc. El material incluido es de la exclusiva propiedad de HBO Ole Partners o sus afiliados y licenciatarios, y está protegido por las leyes de derechos de autor y otras leyes aplicables.

* Este canal no se distribuye en México.

PROTAGONISTAS 2018



Ana Cecilia Alvarado

VP de Desarrollo y Coproducción
ECUAVISA



Bajo el slogan “Somos Ecuador, Somos Ecuavisa”, el canal líder de ese mercado ha dado un salto al apostar por la generación de contenidos multiplataforma y multi-géneros, pero sobre todo al exportar el talento ecuatoriano al mundo, lanzando Ecuavisa Studios. Por medio de la división, la compañía presenta las ventajas comparativas a nivel de locaciones, seguridad, estabilidad, moneda; la capacidad de producción de Ecuavisa; el potencial de desarrollo de contenidos originales de creativos locales, y al mismo tiempo, la capacidad estructural de Ecuavisa de constituirse en socio estratégico para la región.



Alberto Ciurana

Chief Content & Distribution Officer
AZTECA



TV Azteca celebró en 2018 sus 25 años en el mercado internacional y como generador de contenido y valor en la industria del entretenimiento global. Además, reconvirtió Azteca Trece en Azteca Uno, con una mayor oferta de contenido de entretenimiento y programación en vivo, y logró posicionarse en el mercado local con títulos como *Exatlón México*, *La Academia* y *MasterChef*. A nivel internacional, reforzó su equipo de distribución bajo el liderazgo de Alberto Ciurana y Patricia Jasin.



Tomás Darcyl

Presidente
TELEFILMS



El 2018 ha sido un año de grandes cambios para Telefilms: comenzó con el estreno de su primera serie original, la biopic *Sandro* (Telefe), realizada por su división The Magic Eye, y selló un acuerdo con Bruce Boren, ex Televisa, para lanzar Thr3 Media Group, nueva productora de contenidos multiplataforma que ya tiene como primer proyecto *Santo, el Enmascarado de Plata*, la leyenda más importante y reconocida de la lucha libre mexicana.



Pierluigi Gazzolo

Presidente
VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS AMERICAS



A dos años de la adquisición de Telefe por parte de Viacom International Media Networks, la compañía ha dado inicio a un proceso de transformación con el lanzamiento de Viacom International Studios (VIS), una unidad de VIMN Américas clave para liderar la producción y distribución de contenido latino propio en todo el mundo. Este negocio se integra con 14 estudios y tres usinas productivas distribuidas en EE.UU., México, Colombia, Brasil y Argentina. El VIS ha logrado un importante incremento en negocios cerrados con players regionales como Fox, Amazon y Netflix, entre otros.

PROTAGONISTAS 2018



Diego Lerner

Presidente
THE WALT DISNEY COMPANY
LATIN AMERICA



Habiendo regresado a la región tras una exitosa gestión desde 2009 hasta 2017 como presidente de The Walt Disney Company con responsabilidades sobre la mayoría de sus actividades en Europa, Medio Oriente y Asia, Diego Lerner asumió este año el desafío de conducir la expansión de Disney en tiempos en que la empresa ha adquirido gran parte de los activos de Fox prepara para 2019, el lanzamiento de su servicio de streaming Disney+ a nivel mundial, y una variedad de proyectos de producción en diversos países, como El Secreto de Selena, la ambiciosa biopic Monzón y Cazadores de Milagros, entre otros.



Carlos Martínez

Presidente
FOX NETWORKS GROUP
LATIN AMERICA



Fox Networks Group protagonizó uno de los eventos más relevantes de la industria este año con la venta de sus activos a Disney por USD 71.300 millones. Además, mantuvo su apuesta a la producción original multiplataforma en Latinoamérica, acompañando la expansión de su app, con estrenos como *Talento Fox* y *El Host*. Más tarde, se asoció a la productora argentina Underground para lanzar *Bios* en Nat Geo, la serie centrada en la vida y la carrera de músicos icónicos en Latinoamérica. En la parte deportiva, renovó importantes derechos de transmisión multiplataforma, entre ellos la Copa Libertadores.



Fernando Medín

President & Managing Director
DISCOVERY NETWORKS
LATIN AMERICA



Tras concretar la adquisición de Scripps, Discovery Networks presentó este año su portfolio fortalecido con el canal gastronómico Food Network, y se consolidó como un productor líder con más de 8000 horas anuales de contenido variado. Para el público infantil, destacó series como *Big Top Academy*, realizada junto a Cris Morena y el Cirque Du Soleil, entre otras. La producción localizada sigue siendo un pilar de su estrategia, apostando a versiones locales de sus clásicos *No te lo pongas* o los especiales de *Overhulin'*, junto con el branded content y el desarrollo de un proyecto digital que se conocerá en los próximos meses.



Carlos Moltini

CEO
TELECOM ARGENTINA



Ya fusionado con Cablevisión, Telecom Argentina se convirtió en el único operador cuádruple play del país. Entre 2018 y 2020, prevé invertir USD 5000 millones para ampliar la infraestructura de servicios convergentes. Su OTT Flow ya superó el millón de usuarios y se lanzó en SmarTV, tras superar la prueba del Mundial. Además, se ha transformado en un player clave en el desarrollo de contenido original, con producciones como *Un Gallo para Esculapio*, *Otros Pecados* o *Morir de Amor*, todas realizadas junto a productoras y canales de TV paga y TV abierta; aspira a doblar el número de producciones en 2019.



Sebastián Ortega

Presidente
UNDERGROUND



Underground ha cerrado un gran año en materia de producción en términos cuantitativos y cualitativos: *El Marginal* fue vendida en múltiples territorios y adaptada por Telemundo en el US Hispanic, mientras que la segunda temporada de *Un Gallo para Esculapio* se convirtió en el estreno de mayor rating en TV paga. Además, firmó un acuerdo con Fox Networks Group para la producción de cinco biopics ficcionadas.



Whit Richardson

Presidente
TURNER
LATIN AMERICA



La diversificación del negocio ha sido la estrategia de Turner en los últimos años, con excelentes resultados. Su plataforma de gaming Gload ya está disponible en Argentina y Chile, mientras que el servicio de publicidad en redes sociales, Launchpad, logró posicionarse como socio estratégico de las marcas. En producción, crece con los proyectos de integración de marcas y sigue creando grandes ficciones; este año se lució con *El Lobista* y *Un Gallo para Esculapio* en Argentina, *Pacto de Sangre* o *Rua Augusta* en Brasil, y otros proyectos como *Falco* en México. Esto, unido a productoras y canales locales y OTT.



Eduardo Ruiz

Presidente & General Manager
A&E NETWORKS
LATIN AMERICA



Junto con ser uno de los principales productores de contenido original en la región, A+E Networks se viene destacando por el gran interés en la responsabilidad social, bajo el liderazgo de Eduardo Ruiz. Esto se ha reflejado en los numerosos reconocimientos a sus campañas, siempre apoyadas a nivel multiplataforma. History realizó la quinta edición de *Una Idea para Cambiar la Historia* con record de proyectos inscriptos, mientras que Lifetime lanzó por tercer año consecutivo *Valora tu Tiempo*, la campaña para la prevención del cáncer de mama, y A+E se metió de lleno en la lucha contra el bullying con su iniciativa #DiNoalCyberbullying.



Frank Smith

Presidente Distribución & New Media
HBO
LATIN AMERICA



HBO cerró un año de grandes producciones originales con el anticipo del final de *Game of Thrones* y el posterior estreno de la precuela de la exitosa serie para el 2019, que tendrá a Naomi Watts y Josh Whitehouse en su elenco. En Latinoamérica, no ha parado de producir contenido –ya anticipó *Pico de Neblina* en Brasil, *Mil Colmillos* en Colombia y el *El Huésped Americano*, que combina talentos de toda América, entre otros–. Junto con eso, su OTT HBO Go ya forma parte de la oferta de los cableoperadores en la región para llevar sus producciones a todas las plataformas.

Upfront ESPN: 'La vida necesita deportes'

ESPN realizó su tradicional desayuno en el Hotel Alvear de Buenos Aires, donde presentó todas las novedades de programación para los próximos meses, con la participación de más de 700 ejecutivos, entre ellos agencias de medios y operadores, junto a los talentos que forman parte del canal deportivo.

Bajo el lema "Live Needs Sports" (la vida necesita deportes), ESPN fue presentando uno a uno todos sus contenidos, producciones especiales, deportes en vivo y grandes apuestas para el 2019. En este marco, tuvo especial énfasis el ciclo *SportsCenter*, que está celebrando sus 18 años en Argentina, pero que su versión original en Estados Unidos va por los 30. 'Siempre buscamos mantener los valores desde la creación del programa: innovación y credibilidad', expresó **Guillermo Tabanera**, SVP y Gerente General de ESPN Latinoamérica.

'Más allá de las glorias y de los logros en cada deporte, hubo un equipo que llegó a todas las finales, y ese fue el nuestro, el de ESPN. Hemos trabajado para cuidar la marca, respetar los

valores siempre', completó el ejecutivo sobre los profesionales del canal.

Estuvieron presentes los talentos del canal, entre ellos el ex puma **Juan Martín Hernández**, quien compartirá la cobertura del Mundial de Japón 2019 en ESPN. 'Espero un Mundial 2019 de mucho nivel, de mucho detalle. Hoy los equipos del hemisferio Norte están rivalizando más con los del Sur. Estaré en Japón integrando el equipo de ESPN. A mí siempre me gustó analizar el juego. Mostrar como desde el otro lado, por haber sido jugador, he aprendido a analizar a los rivales. Estoy seguro que los japoneses serán unos grandes anfitriones. Los Pumas vienen haciendo bien las cosas y van a llegar en perfectas condiciones al Mundial'.

Además, participaron del evento **Rolando Schiavi**, ex jugador de Boca, y **Fernando Cavenaghi**, ex jugador de River, para hablar del Superclásico que se disputará este sábado, y sobre todo compartir anécdotas y sensaciones de cara a la gran final de la Libertadores. En este deporte, como adelanto, la señal vuelve



Guillermo Tabanera, SVP y Gerente General de ESPN Latinoamérica, y Quique Wolff

con las transmisiones de la UEFA Champions League y las mejores ligas del mundo.

La gran sorpresa fue la presencia de **Emanuel Ginóbili**, recién retirado de la NBA, que dio una entrevista junto a **Miguel Simón** y **Leo Montero**.

Entre los contenidos que destacó el canal para el próximo año están:

UEFA Champions League, UEFA Europa League, UEFA Super Cup, La Liga de España, los Grand Slams de tenis, la temporada regular de la NBA, *Mundo Motor*, en ciclismo las tres grandes competencias del ciclismo mundial; X Games y las grandes maratones.

Nat Geo presentó el especial *Bios* de Gustavo Cerati

Con la producción de Underground

Luego del estreno de la serie *Bios*, que tuvo como protagonista a **Charly García**, Nat Geo presentó en el Teatro Sony de Buenos Aires, la segunda entrega del especial que tratará sobre la vida del músico argentino **Gustavo Cerati**, que se vio en pantalla el mes pasado.

Diego Reck, director general de Nat Geo, y **Fernando Semenzatto**, responsable de contenidos, destacaron el trabajo realizado junto a la productora **Underground** de **Sebastián Ortega**, que estaba presente con ellos en el escenario.

Remarcaron el apoyo de la familia Cerati, y en particular de Lilian, Laura y Benito, todos ellos también presentes en el teatro



Sebastián Ortega, de Underground, con Diego Reck, director general de Nat Geo, y Fernando Semenzatto, responsable de contenidos



Federico Canónigo, Sergio Veiga y Santiago de Carolis, de Fox Networks Group

siendo parte de este lanzamiento. La producción contó también con el apoyo de Charly García, **Zeta Bosio** y hasta de **Shakira** que participó desde España.

No se buscó reflejar toda la vida del músico ex líder de la mítica **Soda Stereo** fallecido en 2014, sino que se centró en una faceta más familiar desconocida por el público.



HISTORIAS QUE HACEN HISTORIA.



www.turnerargentina.com

Turner presentó *Generación E: Desafío Eco YPF*

Con alumnos de 70 escuelas de Argentina

Turner International Argentina presentó la nueva serie *Generación E: Desafío Eco YPF*, un proyecto de branded content realizado junto a YPF, estrenado el 24 de noviembre por Cartoon Network y un día después en TNT Sports.

La serie difunde en TV paga la segunda edición del *Desafío Eco YPF*, en el que estudiantes de 70 escuelas técnicas de todo el país presentaron sus proyectos de autos eléctricos que más tarde construyeron



a partir de un kit eléctrico entregado por YPF.

La iniciativa busca generar conciencia sobre el desarrollo de las energías renovables en el país.

Además de los alumnos de 70 escuelas, forman parte de este ciclo Sofía "Jujuy" Jiménez como conductora y apadrinan a los grupos seguidos por el programa Gonzalo Rodríguez, Mica Viciante, Juan Guilera y Manuela Viale.

Carlos Menéndez Behety, CMO de YPF, dijo: 'Este proyecto es resultado de las diferentes ideas que se analizaron en el equipo. Se trata de una iniciativa federal, que combina valores como la educación, la motivación de los chicos en las escuelas y el conocimiento de las energías renovables. Gracias a Turner pudimos darle visibilidad a esta propuesta'.

Por su parte, Mariano César, VP Content & Brands Portfolio, General Entertain-



Mariano César, de Turner; Carlos Menéndez Behety, de YPF; Milagros Frugoni, de Turner; con la conductora del ciclo Sofía "Jujuy" Jiménez; Celina Rossi y Mariano Mamana, de Turner

ment, Turner Latin America, comentó: 'Estamos cerrando un gran año para las producciones de Turner, con contenidos de calidad. Ahora traemos este proyecto que es especial e involucra a YPF desde el principio, algo que los contenidos de Branded Content permiten hacer y como resultado tenemos producciones de gran calidad'.



Alumnos de numerosas escuelas técnicas del país construyeron sus propios autos eléctricos

AMC Networks: 'Crecer frente a la adversidad'

A cuatro años de la adquisición de Chellomedia, AMC Networks continúa creciendo en la región, más allá de un contexto complejo para la TV paga de América Latina. Según Héctor Costa, SVP de ventas, y Verónica Naguila, directora de AdSales, pese a que no todos los mercados crecieron en ingresos publicitarios en términos de industria y de rating a causa de los cambios en la industria, la compañía logra tener su mejor año.

'Crecimos un 50% en ingresos a nivel regional frente a 2017 a dólar constante con AMC y alcanzamos el 25% con el gourmet, los dos canales líderes. Además, abrimos oficinas en Colombia, un país con mucho potencial siendo uno de los 3 o 4 principales mercados de la región, y en distribución sumamos NET Brasil. En rating, crecimos un 15% en el demográfico de 4+ y nos ubicamos entre los top 30 generales, y top 10 en entretenimiento', comentaron.

En mercados, México volvió a destacarse con el mayor crecimiento luego de dos años



de posicionar la señal de AMC, mientras que en Argentina el gourmet se sigue fortaleciendo como marca y el grupo sumó 20 anunciantes. 'Crecimos entre de 40-50% en anunciantes dependiendo el mercado, con una importante tasa de renovación', describió Naguila.

Una de las claves de dicho crecimiento ha sido, por un lado, la fuerte presencia de contenido local, donde las señales de +chicyelgourmet cuentan con entre 70-80% de producción propia, y por otro, una estrategia de integración natural de marcas. 'Oficiamos como agencia creativa y productora, no solo como grupo de señales. Las agencias nos plantean su necesidad y nosotros pensamos ideas que se adaptan a esas necesidades', agregó.

En lo que respecta a la presencia en digital, Costa señala que es un campo que aún no se sabe cómo debe monetizarse, pero en el cual es importante comenzar a trabajar: 'Hay que seguir al consumidor. Si tienes un producto que la gente lo consuma, después ver



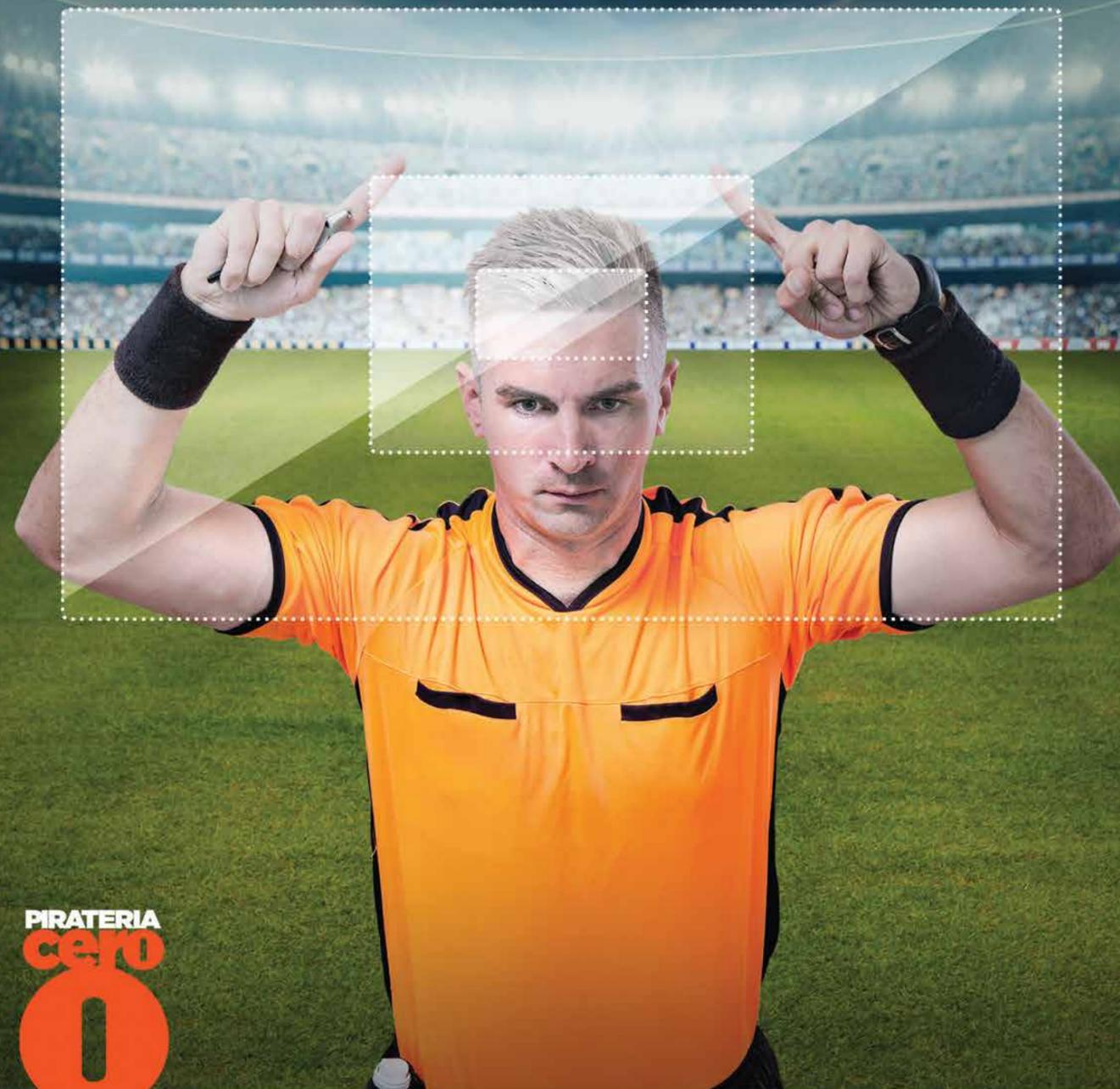
Verónica Naguila, directora de AdSales, y Héctor Costa, SVP de ventas

cómo generar ingresos. Hoy en día el desafío de nuestra industria es una combinación de las dos cosas. No está muy claro aún cómo hacerlo y la monetización no está a los mismos niveles que la inversión, pero es una herramienta para llegar al consumidor'.

'Los ingresos vienen por la parte de publicidad y el lineal. Estamos todos tratando de no perder esa relación directa con el consumidor pero vemos que el desafío es global', asevera Costa pero remarca que aún 'lo que tiene para ofrecer la industria de la TV paga sigue siendo muy significativo en términos de negocios'.

JUEGA LIMPIO EN TODAS LAS PANTALLAS

Cada vez somos más los que luchamos contra la piratería. Los contenidos que bajas en sitios no autorizados destruyen a tu equipo favorito, no cometas falta en tu propia cancha.



PIRATERIA **cer0**

History anunció a los ganadores de *Idea para Cambiar la Historia 2018*

En su quinta edición

En una ceremonia de premiación realizada en Bogotá, **History** anunció los tres proyectos ganadores de *Una Idea para Cambiar la Historia 2018*, otorgándole el primer lugar **Moisés Venegas** de México, con su trabajo de Aselus: soluciones de energía solar con tecnología sustentable. El segundo y tercer lugar fueron para **Hernán Asto** de Perú y **Cristian Sebastian Arroyo** de Ecuador, respectivamente.

En la quinta edición de *Una Idea... compitieron* más de 7.900 ideas, consolidando la iniciativa como una oportunidad de desarrollo para los emprendedores e innovadores de la región. Además, hoy es ampliamente reconocida como una importante instancia de apoyo financiero y de difusión para continuar desarrollando los trabajos ganadores en favor de aquellos segmentos de la población latinoamericana más desprotegidos.

'Hace cinco años vimos nacer *Una idea para Cambiar la Historia*, una iniciativa exclusiva de History destinada a impulsar la innovación y el emprendimiento social, con la que celebramos el ingenio y la voluntad humana para cambiar la historia, una idea a la vez. Gratamente hemos visto como cada año se nos han su-

mado más participantes y su entusiasmo nos demuestra el alto interés que existe en la región y el alto valor que los concursantes les asignan a nuestras plataformas de difusión, las que les permiten llegar con sus creaciones a millones de personas en el continente', resaltó **Eduardo Ruiz**, Presidente y Gerente General de

A+E Networks Latin America.

El mexicano **Moisés Venegas** ganó USD 60.000 por su proyecto; **Hernán Asto** de Perú ganó el segundo puesto con un premio de USD 40.000 por

proyecto **Alinti**: Dispositivo híbrido de arcilla generador de fuente energética. En tercer lugar, se ubicó **Cristian Sebastian Arroyo** con su trabajo **Mani**: Brazaletes magnéticos para personas con discapacidad en extremidades superiores, obteniendo un premio de USD 20.000.

Además, **Facundo Noya** de Argentina con su trabajo **EBERS**: Plantillas inteligentes para personas con diabetes recibió un premio especial de USD 10.000. El ganador de la Aplicación,



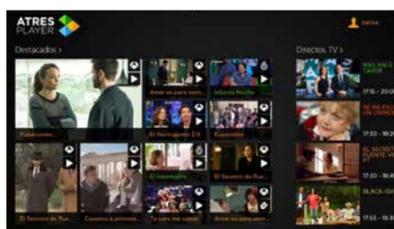
César Sabroso y Eduardo Ruiz, de A+E Networks, con los ganadores de *Una Idea 2018*

Marco Checa de Ecuador, fue destacado por su proyecto **Readsigns**: traductor de libros digitales a lenguaje de señas en tiempo real para personas con discapacidad auditiva e iletradas.

Esta edición de *Una Idea para Cambiar la Historia* tuvo el apoyo de **Nissan Latinoamericana**, La Escuela Colombiana de Ingeniería **Julio Garavito** de Colombia, y **Copa Airlines**. El jurado encargado de seleccionar a los diez semifinalistas estuvo compuesto por el emprendedor social argentino **Juan Carr**, la colombiana **Diana Gaviria**, Directora Ejecutiva de Connect Bogotá Región, el periodista mexicano de ciencia **Iván Carrillo** y el peruano **Max Hidalgo**, ganador de 1 Idea 2017.

Atresmedia lanza plataforma OTT, Atresplayer

Atresmedia lanzó **Atresplayer**, una nueva plataforma OTT que incluye el mejor contenido del grupo español en diferentes modalidades, como directo, catch up y un extenso catálogo de series y programas.



Atresplayer

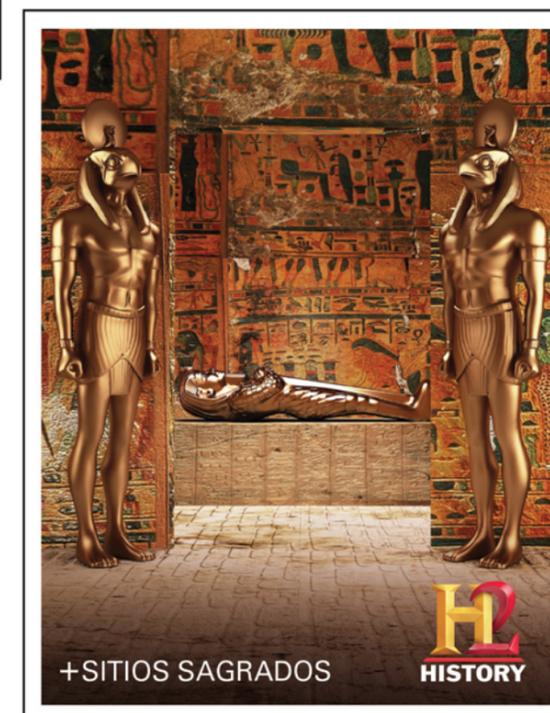
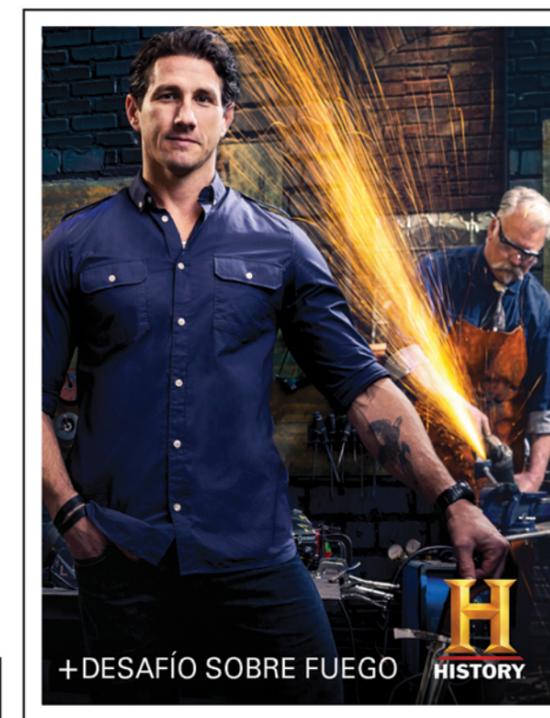
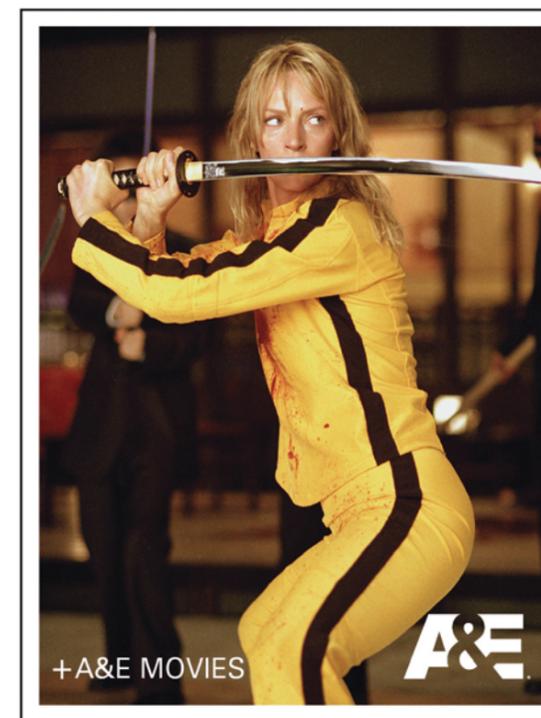
El servicio está disponible fuera de España en un modelo de suscripción, con el primer mes gratis, sin compromiso de permanencia y sin cortes publicitarios. Ofrece la mejor experiencia digital posible y nuevas funcionalidades como imagen en calidad 4K y sonido Dolby Digital, control del directo, descarga de contenido offline, personalización y recomendaciones.

En su versión internacional, **Atresplayer** da acceso a contenido en directo de los canales lineales de Atresmedia en España; a **Flooxer**, la marca más joven que se integra en la

plataforma produciendo contenidos trend; a las series de éxito internacional del grupo con contenido extra en modalidad catch up; a grandes formatos y programas de entretenimiento; a la actualidad y noticias -500 horas en prime time, 1.500 horas en noticieros y 2.200 horas en magazine diarios-, y a un extenso catálogo SVOD de series (7.500 horas) y programas del Grupo.

Atresplayer está además en todas las pantallas para adaptarse al ritmo de vida del usuario y a su dispositivo preferido para que decida no solo cuándo ver el contenido sino además cómo.

SOMOS LÍDERES



A+E
NETWORKS™
LATIN AMERICA

Quiero cumple 10 años, nueve como el canal número 1 de música

Con motivo de los diez años de **Quiero Música en Mi Idioma**, Prensario visitó a Eduardo “Coco” Fernández en el Centro de Generación de Contenidos Multiplataforma de **Artear**, un espacio recientemente construido de 2000 metros cuadrados en lo que antes era la terraza del edificio.

El ejecutivo remarcó que de los diez años de existencia de **Quiero**, lleva nueve como líder en su segmento, cosechando los mejores ratings, siempre apostando a la música. ‘Al principio, estaban **MuchMusic**, el **Canal de la Música**, **VH1**, **MTV** y nosotros. Ahora, sólo quedamos dos con la música y ganamos por mucho. En ese momento, muchos se iban a los realities y nosotros apostamos a la música en español. Nos basamos en el rock, el pop, lo urbano y lo melódico’.

‘Trabajamos viendo lo que surge y armamos secciones específicas para cada género; está **Vivo Rock** con **Bebe Contepomi**; **La Casa del Pop** y el espacio para las bandas nuevas en la sección **Banda Soporte**. Lo urbano aparece con **Alex Batista**; el trap tiene lugar, sobre todo, los fines de semana; siempre mantenemos un equilibrio’, agregó.

Ganó la calle y fue cambiando

‘La señal ha ganado mucho la calle desde los televisores en los aeropuertos de Ezeiza y Aeroparque, y numerosos bares del país’, manifestó Coco Fernández. ‘La señal es

totalmente multitarget y, si bien se definen segmentos, el de 12-34 es el más fuerte y atractivo para los anunciantes’.

‘Fue tomando los lenguajes de los jóvenes con el pasar del tiempo. La gráfica también cambió y hoy mostramos la música asociada a la naturaleza, como una selva donde conviven los estilos musicales. Tratamos de tener una parte educativa también. Hay un segmento que se llama **Música en mis manos** con artistas en lenguaje de señas, por lo que fuimos premiados por la Asociación de sordomudos, y también **Quiero mi mundo** sobre el cuidado del medio ambiente’, completó.

Un espacio para todos

‘Tuvimos momentos muy fuertes, como lo de Gustavo Cerati con una bandera que recorrió el país que decía **Quiero verte bien**. Esa misma bandera se la dimos a la madre’, comentó. ‘Hay muchos artistas que crecieron con nosotros, que encontraron un lugar donde mostrarse y cantar, como las discográficas donde dar difusión a sus artistas’.

‘Para recitales en vivo, tuvimos desde el principio mismo **Estudio 69**; también está **QVivo**, un ciclo de recitales que hacemos en otros lugares, y por primera vez hubo un noticiero musical en vivo: **Los 15 mejores**’.

‘Todo el tiempo cubrimos recitales y hacemos transmisiones por Facebook y YouTube. Jugamos mucho en la interactividad con la



Coco Fernández y Alejo Smirnoff, de Prensario, en el Centro de Generación de contenidos multiplataforma de Artear

gente y que saben que lo que votan se ve en pantalla, como los **Premios Quiero** que hacemos en noviembre’.

‘También tenemos todos los años un reality de música, canto y baile que se hace en tres etapas. La búsqueda de participantes en los veranos con **Castig Móvil**, después de eso la selección, y al final las galas de eliminación. Hay jurado entre músicos, productores, gente de las redes y público’, detalló el ejecutivo. ‘Para el futuro esperamos seguir incentivando la participación del público, sobre todo por las redes’.

Quiero llega por **DirecTV** a toda Latinoamérica. ‘Nos mandan material de bandas de muchos países. El noticiero es muy regional, se habla en neutro y tuvimos conductores paraguayos, hondureños y colombianos. Con **Ricardo Arjona** trabajamos mucho a nivel latino y buscamos artistas para participar en sus videos de diferentes países’, concluyó.

Bethel muda su señal SD a HD

Bethel Televisión anunció que a partir del 30 de noviembre mudó su señal estándar (SD) a alta definición (HD) en su satélite principal Intelsat 21.

A partir de este cambio, todos los operadores de TV paga de la región que retransmiten la señal de la cadena televisiva del Movimiento Misionero Mundial, podrán seguir haciéndolo utilizando un



receptor satelital DVB-S2 / MPEG4. Bethel transmite su señal desde Lima, Perú, para América, Europa, Australia y el norte de África través de 6 satélites y por internet desde su sitio web www.bethel.tv al mundo entero. Ofrece una variada programación las 24 horas, con contenidos para fortalecer los valores morales y espirituales, de esta manera con-



Biblia 360, en Bethel

tribuimos en las áreas de educación, salud y cultura en beneficio de la sociedad.



EL CANAL QUE TODOS QUIEREN VER



HISTORIAS QUE PROVOCAN TODAS LAS EMOCIONES



¿CUÁL ES EL PUNTO?



LA NOSTALGIA EN ALTA RESOLUCIÓN

aztvdepaga.com @ /AZ TV DE PAGA

DESCARGA NUESTRA APP “AZ CONTENT”



Se entregaron los Premios ATVC 2018 en Argentina

Crónica de los viajeros de Misiones fue el gran ganador

La Asociación de Televisión por Cable (ATVC) de Argentina llevó a cabo una nueva edición de los Premios ATVC, en los que el programa *Crónica de los viajeros de Misiones*, de Cable Norte Televisión, se alzó con el Gran Premio del Jurado.

Durante la premiación, cuya ceremonia tuvo lugar en Tango Porteño, fue conducida por Gabriela Sobrado y Lucas Bertero. ATVC realiza esta ceremonia con el fin de reconocer y distinguir a las producciones audiovisuales más destacadas de todo el país, así como también de diversos programas generados en los países limítrofes.

‘Tenemos el orgullo de representar a una industria que trabaja incansablemente para llevar cultura, educación, información y entretenimiento a las pantallas de todos los argentinos. Pequeños, medianos y grandes operadores, distribuidores y creadores, de más de 1200 localidades, que todos los días del año eligen asumir un compromiso de calidad para con sus televidentes. Ese espíritu se ha visto reflejado en cada uno de los programas nominados. Una muestra más de que la TV por Cable mantiene como pilares inalterables aquellos valores de



Todos los ganadores de los Premios ATVC 2018

diversidad y federalismo que propiciaron su nacimiento’, destacó Walter Burzaco, presidente de ATVC.

Se reconocieron creaciones diversificadas en los siguientes géneros: Asuntos Agropecuarios; Ciencias, Tecnología y Medio Ambiente; Cultural; Deportivo; Documental; Educativo; Infantil; Interés General; Musical; Periodístico de Opinión; Periodístico Informativo (Noticiero); Promocional (campañas de bien público, presentaciones de programas, publicidades comerciales, etc.).

Los participantes fueron clasificados en

seis categorías (de 1 a 200.001 habitantes, además de Señales Satelitales), establecidas por la cantidad de habitantes de las localidades servidas por los respectivos canales de cable.

Además del Gran Premio del Jurado, fueron reconocidos con el título de mención los siguientes programas: *Maestros de Tradición*; *Cerro Tres Picos: El Desafío*; *Magdalena y el País*; *Doble y Falta*; *Historias y Personajes*; *Malvinas: Héroes con Nombre*; *Maravillas Porteñas*; *Los Favoritos de los Petersen*; *Q Noticias*; *Curiosos del Poder*; *Al Pie de la Letra*; *La Jornada*; y *Presentación de Mitos y Leyendas de la Región Guaraní*.



TyC Sports vive la Liga Nacional de Básquet

En diciembre, TyC Sports dio inicio a la temporada de básquet argentino con la temporada regular de la Liga Nacional, la máxima categoría del baloncesto nacional y uno de los torneos más competitivos de la región.

A través de la señal tradicional de TyC Sports y de la plataforma de streaming TyC Sports Play, el canal líder de deportes de Argentina

televisa en vivo todos los partidos de la Liga Nacional con el equipo de especialistas que desde hace más de dos décadas transmite el día a día del básquet argentino.

El básquet es uno de los deportes más populares de Argentina y la Liga Nacional es el torneo más imponente de Sudamérica por la jerarquía de las figuras, la calidad del espectáculo y el nivel de organización. Además, fue el torneo que vio nacer a las figuras de la Generación Dorada como Luis Scola, Fabricio Oberto, Andrés “Chapu”



Liga Nacional de Básquet

Nocioni y por supuesto, a Emanuel Ginóbili, el mejor jugador argentino de la historia.

ARGENTINA

Telecentro de Argentina presentó oficialmente su control remoto activado por voz

Para acceder a canales y aplicaciones

Con un evento para la prensa especializada y con la participación de sus directivos, Telecentro presentó oficialmente su nuevo mando a distancia activado por voz.

El nuevo control remoto con comando por voz permite acceder a canales y aplicaciones con solo nombrarlas. El nuevo dispositivo, disponible desde hace ya unas semanas y del cual ya se vendieron alrededor de 20.000 unidades, permite buscar canales por el nombre, abrir aplicaciones como Netflix y buscar contenidos en YouTube y acceder a series y películas on demand, con solo apretar un botón y decir lo que se desea ver.

El control se conecta por bluetooth y su plataforma en la nube permite ir aprendiendo del uso cotidiano de los clientes, lo que promete una mejora de la experiencia a futuro. No requiere de una programación previa y puede ser utilizado por cualquier miembro de la familia.

En su presentación, **Sebastián Pierri**, Managing Director de Telecentro, dijo: 'Fundada hace 28 años, Telecentro es una empresa 100% argentina, pionera en el mercado del Triple Play, que tiene como objetivo ofrecer la mejor propuesta de entretenimiento y comunicación para el hogar'.

'Hace diez años, cuando lanzamos el triple play, no nos imaginábamos que el acceso a Internet se iba a convertir

en prioridad como lo es hoy, por eso empezamos a ofrecer la mejor calidad de conexión a Internet del país, (hoy la oferta más baja es de 50 MBs) desde 2014 cuando empezamos a ofrecer 100 MBs, en 2015 empezamos a ofrecer 300MB y desde el año pasado ofrecemos 100 Mbs', destacó **Silvina Pierri**.

'Gracias a nuestra extensa red de fibra óptica, Telecentro cuenta con la red de Internet más rápida de Argentina, y es el único operador en ofrecer dos canales con programación en 4K UHD. Con un marcado perfil innovador, la empresa es la única en el país en contar con una extensa red WiFi exterior que permite que sus clientes naveguen a alta velocidad en la vía pública, y fue pionera en la incorporación de las aplicaciones de Netflix y YouTube a su plataforma de TV y en el desarrollo de una solución de TV multidispositivo'.

'A través de nuestra oferta de Triple Play, los usuarios pueden disfrutar de televisión digital de alta definición multidispositivo, Internet de 50, 100, 300 y 1000 Megas, y telefonía fija', destacó **Fernando Herrera**, CTO de Telecentro, quien fue el encargado de presentar el control y su funcionalidades.

Los nuevos controles de comando por voz están disponibles para todos los clientes de la operadora que posean deco-

dicadores Smart HD y 4K, quienes podrán solicitarlo a través de la Sucursal Virtual, con un costo único de 500 pesos, incluido el envío.

'La empresa viene desarrollando un fuerte plan de



Fernando Herrera y Silvina Pierri



Sebastián Pierri, Managing Director de Telecentro



Fernando Herrera, CTO de Telecentro

inversiones, alrededor de 500 millones de dólares, en los últimos años y hoy permite ofrecer tecnología DOCSIS 3.1 y en algunos lugares FTTH para clientes corporativos. 'Hoy tenemos 8500 km de fibra instalado y estamos a la vanguardia tecnológica en nuestro país. Pero más allá de la tecnología nuestro objetivo es la integración de contenidos con facilidad de uso, y en ese sentido estamos alineando nuestra oferta', concluyó Herrera.



LA TELEVISIÓN QUE NOS UNE

ATRESMEDIA INTERNACIONAL



www.atresmediainternacional.com



Chile Media & Content: Balance positivo con temas para mejorar

Chile Media & Content, con su nueva denominación adaptada al creciente protagonismo del contenido, tuvo en su inauguración la destacada presencia de **Pamela Gidi**, subsecretaria de Subtel. Estuvo acompañada en el panel por **Cristian Zuleta** de TV Cables de Chile, **Washington Melo** de CUTA Uruguay, **Rodrigo Moreno** de Arcatel, **Ignacio Landetta** de Fox, **Jaime Bellolio** y **Sergio Piris**.

Gidi remarcó el trabajo del organismo para visualizar la industria como convergente y dijo que todavía hay una brecha de conectividad grande, con sólo 3 millones de conexiones de banda ancha y con 4 de cada 5 hogares sin Internet fija. El presidente **Sebastián Piñera** le encargó a la Subtel que

‘todos los chilenos se beneficien de la transformación digital’.

Piratería y OTT

Chile Media & Content empezó con **Eduardo Steinmetz** del departamento de piratería de Fox.

Además de hablar de los pilares de sus acciones, arrojó números como que en Chile hay 3,7 millones hogares de TV paga, 230.459 colgados y un subreporte de 231.291.

Luego vino la conferencia central sobre OTT y la Convergencia en la TV, que destacó a **Jean Paul Jofré**, director de mercado residencial de Claro, junto a **Mauricio Navarrete**, gerente de ventas mayoristas de GTD, acompañados de **Sergio Chaves** de Hispamar, **Gustavo Marra** de Eutelsat y **Alejandro Neri** de SES.

Navarrete destacó la operación de GTD en Colombia y Perú, con 2500 colaboradores, y los datacenters Tier III Network, inaugurando uno nuevo en Puerto Montt. **Jean Paul Jofré** de Claro dijo que el mercado de TV paga sigue creciendo a ritmo de 3,5% anual y que



Corte de cinta con participación de Pamela Gidi, de Subtel

la empresa ve en el OTT un complemento a la TV paga; **América Móvil** tiene **Clarovideo**, alianzas con **Viacom**, y **Crackle** y que pronto subirá los contenidos play and go de los demás programadores. Luego se destacó la presencia de **Dave Royle** de **Smithsonian Channel**, que había estado en Jornadas.

El segundo día de Chile Media Show comenzó con la conferencia sobre calidad de contenidos y ratings moderada por **Alejo Smirnoff** de Prensario, que fue oportuna con el nuevo canal abierto **TV+**, representado por **Enrique Aimone**. También se destacó **Marcos Pérez** de **Hola! TV**, con el caso de éxito como canal aspiracional que cumple cinco años en la región con su gran apuesta a horas originales, y **Alejandro Neri** con la parte técnica necesaria para ese concepto de calidad.

Luego, tras un screenshot de **AMC** realizado por **Victoria Coppola**, se realizó una nueva conferencia de **Certal** dedicada a la piratería. Participó **VTR** con **Pablo Cereceda**, quien afirmó que los líderes tienen más responsabilidad en la sociedad, con Chile reconocido entre los 11 países más piratas del mundo.

También fue protagonista **Telecom Argentina** con el siempre elocuente **Sergio Piris** que se mostró contrario a la Ley Pinedo donde los ISPs son responsables de los contenidos, y **Discovery Networks** con **Sergio Canavese**, que enfatizó como se pierden recursos en todas las etapas y como en **Discovery** se lucha contra la piratería regularizando operadores y solucionando la competencia en las diferentes plazas, que está recorriendo toda Argentina y los demás países del Cono Sur –desde enero manejará también Perú desde la oficina de Argentina–.



Cristián Zuleta, de TV Cables de Chile, Washington Melo, de Cuta Uruguay, y Juan Domínguez, de Tecnoed



Giorgio Hernández de Claro, Loreto Gaete de TV+ y Mariela Bonilla de Discovery



Ignacio Landetta de Fox y Jean Paul Jorge, de Claro



Marcelo Bresca y Diego Torregrosa, de Frida, con Florencia Rainoni, de TV Cables



Solanas Correa de Entel, Martín Bellochio de Turner Chile e Isabel Madriaza de GTD



Un talk-show original, cuya premisa básica es “conectar” con el público latino a través de la pantalla de su televisor, utilizando el poder de los medios digitales.



#elchateodebate



www.veplusgo.com

Chile Media & Content: Balance positivo con temas para mejorar

Balance de operadores

Chile Media & Content tuvo una participación más activa de los operadores grandes que otros años, especialmente en la parte de las conferencias, pero al mismo tiempo no tuvo tanta presencia del sector independiente como venía teniendo, quizás en parte porque los programadores no invitaron en esta ocasión a los operadores con la noche de hotel en Santiago. De hecho TV Cables de Chile no organizó su tradicional asamblea en esta edición.



Paulo Mohr, de Intraco y Miguel Torres Bohl, de Castalia



El equipo de AMC con Javier Sudel, de Socoepe



Jennifer Bettacourt, de Sun Channel y Jennifer Muñoz, de Global



Luis Fonseca de Thema, Diego Torregrosa, Carlos Cabrera, de Cisneros y Marcelo Bresca, de Frida



Rodrigo Moreno, de Arcatel

SGDG: Gran experiencia de Mórvido con DirecTV

Lanzamiento de Kanal D en Nuevo Siglo Uruguay

SGDG de **Sabrina Capurro** tuvo muy buena presencia en Chile Media Show, donde apoyó todas sus representaciones y en particular la de **Mórvido** de México, que tuvo muy buena respuesta con su propuesta en **DirecTV** Cono Sur, que tiene muchísimos seguidores de las distintas plataformas como el propio festival de Cine en Guadalajara y Halloween. La prueba era

hasta el 11 de noviembre y se extendió al 30, y en Argentina y Uruguay se abrió a todos los suscriptores, no sólo a los que se comunicaran por SMS.

Junto con eso, es importante el lanzamiento de **Kanal D** en Montevideo con **Nuevo Siglo**, siguiendo la tendencia del lanzamiento en **Telefónica** y **Claro** en Argentina. Lo bueno, remarca Capurro, es que hay señales nuevas de nicho que funciona muy bien.

En Chile el objetivo fue reforzar el trabajo de todo el año y reunirse con más socios de **TV Cables de Chile**, que es gente más difícil de ver habitualmente. Están lanzando **Clan** y **Star** en varias de sus localidades y sumando plazas, así que era importante. El siguiente paso será **Natpe**, muy útil para los operadores grandes.



En Chile Media Show, Sabrina y Mariana Capurro con Xavier Alvarado, de Inti Networks

TV+ en Chile



Marcos Pérez de Hola TV, Enrique Aimone de TV+ y Alejandro Neri de SES

TV+ estuvo presente en Chile Media & Content. Partió de una sociedad con el canal de la UCTV de Valparaíso, que mantiene sociedad con el grupo de **Fernando Gualda**, **Juan Diego Garretón** y que cuenta con **Loreto Gaete** y **Enrique Aimone**, que participó en el panel de calidad vs. rating moderado por **PRENSARIO**.

Se lanzó la nueva marca el 21 de noviembre y cuenta con siete horas originales diarias combinándolas con las señales que representan para Latinoamérica como **Love Nature** o **ZooMoo** de **BlueAnt Media** y nuevas alianzas con **Disney**, **Foxy** y **NBC** para las series de primer nivel que están estrenando en el canal.



SI ERES CABLEOPERADOR DE TV

Apartir del 30 de Noviembre, Bethel televisión muda su **señal estandar (SD) a alta definición (HD)** en su satélite principal **INTELSAT 21**, donde todo operador de televisión por cable podrá seguir retransmitiéndonos utilizando un **receptor satelital DVB-S2 / MPEG4**.

Contáctate con nosotros.

+511 613-1725 ext. 217 / 613-1714

distribucion@bethel.tv



LA MEJOR OPCIÓN EN CONTENIDO

PARA LA TELEVISIÓN DE PAGA



*

LA MEZCLA PERFECTA ENTRE INFORMACIÓN, ENTRETENIMIENTO Y DEPORTES.



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



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



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



**

CINE CONTEMPORÁNEO IBEROAMERICANO CON LOS TÍTULOS MÁS TAQUILLEROS Y PELÍCULAS PREMIADAS. SIN CORTES COMERCIALES.



ENTRETENIMIENTO Y ACTUALIDAD. GRANDES PRODUCCIONES PARA TODA LA FAMILIA.



LA SEÑAL MUSICAL INTERACTIVA, CON LOS HITS INTERNACIONALES, NUEVOS ARTISTAS Y LAS TENDENCIAS DE LAS NUEVAS GENERACIONES.



LA EXPERIENCIA MÁS COMPLETA PARA LOS AMANTES DE LOS DEPORTES.



LOS ÉXITOS MUSICALES MÁS POPULARES ENTRE LOS JÓVENES Y EVENTOS CON LOS ARTISTAS QUE LOS HACEN BAILAR.

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

+5255 57 64 81 31

schavez@mvs.com

Matilde de Boshell, Representante regional

+571 642 00 68/79

mboshell@mbanetworks.tv

[Ventas de Señal](#)

[marketingMVS](#)

[marketingMVS](#)

MVS
Televisión

Caper Show convocó a los grandes jugadores del Cono Sur

Caper Show se realizó del 24 al 26 de octubre en el Centro de Exposiciones Costa Salguero de Buenos Aires, donde tuvo su tradicional feria de equipamiento para broadcast, workshops y conferencias técnicas y académicas que marcaron las tendencias de la industria, y mostraron algunas experiencias concretas de aplicaciones de las nuevas tecnologías.

La percepción en cuanto a la concurrencia fue menor que años anteriores, aunque se destacó la presencia de los tomadores de decisión de los principales canales y productoras de origen nacional, un buen número de ejecutivos de Chile, Uruguay y Paraguay, así

como estaciones de radioanalógicas y digitales, que cada vez ganan más terreno.

Si bien los stands fueron más pequeños que años anteriores y hubo menos expositores, vale destacar el esfuerzo de algunos de los más grandes que mantuvieron un espacio relevante como SVC, Viditec, BVS y OM Systems con un altísimo nivel de marcas y muchas novedades de representación.

Domingo Simonetta, presidente de SVC, destacó el interés creciente en la renovación tecnológica porque las nuevas soluciones disponibles permiten ahorrar costos a las organizaciones de medios. Por su parte, **Eduardo De Nucci**, de Viditec, señaló que 'el mercado no permite detener las inversiones' y que los clientes regionales como Fox, Turner, Disney o DirecTV están apostando más a Argentina, así como las empresas que dan servicios a

éstas, como Torneos, Mediapro o Non Stop, que también estuvieron en esta Caper.

Estuvieron en este primer día algunos de los grandes jugadores del mercado, como **Telefónica, Claro, Telecom, DirecTV, Antel, AMC Networks, o TyC Sports**. Se vieron algunos canales más pequeños o locales, como el **Canal de la Ciudad**, y algunos de países limítrofes como **Red Uno** de Bolivia, **TVN** de Chile, y otros de Paraguay y Uruguay. También hubo una buena presencia de radios y se ve el crecimiento de las que se distribuyen por Internet. También se vio a representantes de los organismos



El corte de cinta en la inauguración de Caper 2018



José Alvarado de Canon, Pablo Mascitelli, Maxi Cabrera y Gastón Abels de Torneos



Diego Novara, Pablo Fainberg y Walter Giraldez, de AMC Networks



Guillerom Recalde, Rubén Gerez, Esteban Camihort y Diego Gilles



José Lobo, de BVS e Iñigo Berazadi, de Educ.ar



Fernando Liste Neira y Jorge Notarianni, de The Walt Disney Company



Guillermo Alvarez de Spinner y Fernando Banus Canal 9 buena



Ariel Prieto, Diego Biscay, Adrián Toscano y Gastón Sesto, de TyC Sports

reguladores de países limítrofes, como el Consejo Nacional de TV (CNTV) de Chile, en busca de experiencias, información y conocimiento respecto del proceso de apagón analógico en la región. Estuvieron visitando proveedores y participando de los diferentes workshops relativos al tema.

Como todos los años, se destacaron los espacios de los grandes integradores con todas sus marcas y una creciente participación de desarrolladores de tecnología para video multiplataforma, gestión de contenidos IP, producción 4K y virtualización de sistemas, entre otras funciones.

Inauguración

La inauguración oficial contó con la presencia de **Silvana Giudici**, presidente de **Enacom**, junto a **Ricardo Solari**, **Norma Trinchitella** y **Marcela López Colomar**, de la comisión directiva de Caper.

Solari se refirió a los 30 años de existencia de la cámara, a su evolución que pasó de representar a los proveedores de equipos de broadcast a aglutinar una amplia gama de especialidades en radio, televisión, cine y plataformas audiovisuales, interviniendo en los distintos procesos que le atañen. Mencionó la importación de componentes y la exportación de equipos, la reformulación del Plan Nacional de Servicios de Comunicación Digital, incluyendo el apagón analógico.

Silvana Giudici dijo que es necesario regular el patrimonio cultural del país mientras se tienen en cuenta los constantes cambios tecnológicos. 'De la edad depende hoy la pantalla que se mire; todos

los días se innova en la forma en que las personas se informan o miran ficción o entretenimiento; hay que regular por el futuro'.

La funcionaria habló también de la cuota de pantalla, la regulación de la publicidad para permanecer en las plataformas locales, los incentivos a las pymes de todo el país a través de aportes no reembolsables y los programas de apoyo a la producción administrados por el INCAA.



Paula Tasso de Non Stop y Jorge Ferreiro, de BVS



Sergio Naredo y Daniel Borovsky, de Fox

beyond reach?

Technology Group

come to us, reach beyond

TG Julián Navarro 2911. (B1643FJG)
Beccar, Buenos Aires, Argentina.
Tel: +54 9 (11) 4742-2658
info@technology-group.com.ar
www.technology-group.com.ar

Soluciones end to end

Acompañando la convergencia digital

Aniversario



Servicio
Confianza
Respaldo
Calidad
Solidez
Valores
Proyeccion

Soluciones
Equipo Humano
Solidaridad
Servicio
Dedicación
Soporte
Compromiso
Respeto

Llegamos para darle soluciones

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



Viditec: Tecnología de vanguardia para todas las áreas de broadcast

Eduardo de Nucci destacó la Expo Caper tuvo un buen nivel de expositores y muchas novedades, apostando a la calidad con el 4K, HDR y flujos de trabajo IP. También agregó que la apuesta de los clientes sigue y que el mercado no permite no invertir. Grupos internacionales como **Turner, Fox, Disney** o **DirectTV** tienen planes más ambiciosos que nunca con la Argentina y lo mismo **Torneos** o **MediaPro** para brindarles servicios a los grupos internacionales.

Con esa apuesta Viditec presentó las novedades de **Sony** y todo su flujo de trabajo IP, pero además mostró el resto de las marcas

que forman su portfolio y que permiten complementar una oferta de tecnología de vanguardia para todas las áreas de las empresas de medio, desde la infraestructura hasta la captura y la posterior transmisión, tanto en premises como en la nube.

‘Las marcas como Arista, Elemental o Imagine hacen que tengamos una oferta de vanguardia, pero más allá de eso contamos con tantas marcas y soluciones tan variadas, que podemos tener clientes tanto Tier 1 como más pequeños, pequeñas casas productoras o canales del interior que no necesitan de la nube o tecnología IP, al menos no por



Eduardo de Nucci con Guillermo Massucco y Sebastián Misuraca de 3Way

ahora’, destacaron en Viditec.

Como siempre en un stand aparte pero dentro del paraguas **Viditec**, **3Way** recibió a muchos clientes.

TLT cerró una gran Caper junto a Fujifilm

Marcelo López Colomar, de TLT, destacó que cerró un muy buen primer año

con **Fujifilm**, en una apuesta importante donde además estuvieron a la altura en

materia de soporte al cliente. Agregó que hace un año abrió el área de iluminación apostando a la marca **NILA**.

Además, está el trabajo de siempre con **Manfrotto**, que se destaca una expansión comercial a un mayor rango de productos, buen mantenimiento de stock y con muy buen precio con una buena propuesta ante la mayor competencia en trípodes. También anda bien su submarca **Avenger** de Manfrotto.

Y también se destacan **Swit** en baterías y monitores y la nueva marca **Nang Guang**, que están integrando para estudios.

Gordon Tubbs

Gordon Tubbs de **Fujifilm** destacó que está muy bien en Argentina con la representación de TLT, con una base sólida de clientes como **Artear, Torneos** o **Telefe**, que tienen un nivel internacional importante produciendo en 4K.

Sobre TLT agregó que está muy feliz por su conocimiento de los clientes y experiencia también para dar un buen servicio.



Gordon Tubbs, Marcelo López Colomar y Marcel Gallo

Reportv cierra nuevos acuerdos en Brasil y Belice

Reportv cerró nuevos acuerdos para llevar sus servicios de metadata completamente en inglés para dos operadores de Belice, y en portugués para un nuevo cliente en Brasil.

‘Enfocados en nuestro compromiso de mantener el liderazgo, y buscando extender nuestra presencia en el mercado americano de televisión, hoy podemos anunciar dos nuevos acuerdos que nos acercan a dicho objetivo’, comentaron en Reportv.

Con metadata enriquecida y totalmente en inglés, anunció acuerdos en Belice con **Central TV** y **Southern Cable Network**. Por otra parte, llegó a Brasil con metadata en portugués para el operador **Guido TV**, abriendo paso a un nuevo mercado.

La confirmación de estos dos nuevos destinos reafirma el objetivo primordial de Reportv de convertirse en el proveedor de metadata líder en todo el continente americano. Para ello, sigue



Todo el equipo de Reportv en la última edición de Jornadas Internacionales

creciendo estructuralmente no sólo a nivel local, sino que también a nivel internacional.



TENEMOS TODAS LAS SOLUCIONES PARA SU TRANSMISIÓN

Soluciones completas y a medida en cualquier punto de su cadena de contribución y distribución digital.

- Soluciones llave en mano de transmisión digital ISDB-Tb.
- Sistemas de contribución y distribución satelital.
- Sistemas de contribución vía LTE y WiFi.
- Sistemas inalámbricos para producción en vivo.



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



SVC: El móvil más chico del mundo con JVC

SVC tuvo una muy buena edición de Caper, con un seminario previo muy exitoso, según destacó **Domingo Simonetta**, presidente del integrador, en un evento donde notó a la gente interesada por la tecnología.

En tiempos de crisis, la tecnología permite ahorrar costos y mejorar la eficiencia de las operaciones. En el stand de SVC se mostró lo que algunos llamaban el móvil más chico del mundo (*Bridge Mobile*) de la mano de **JVC**, con un pequeño auto que en su techo tenía una conexión con el estudio y la cámara de manera inalámbrica, la cámara utilizada era la GYHC900 de 2/3" 'con más calidad y mejor costo que la competencia', comentó **Pedro Mees**.

En el stand de SVC se multiplicaron las novedades con distintas marcas como **Ross** en la parte de infraestructura, **Flowics** como novedad local, **Mainberg** en sincronización para IP y **Vitec Group** con el trípode más rápido de empaquetar el *Flow Tech* de Carbono. **Lawo**,

que es una marca enfocada a IP, está dos años adelantada a la competencia, según afirmaron los ingenieros. En el área de música además de las novedades de **Clair Brothers**.

También aprovechó Caper para presentar a **W&dB**, que con sus *Line Array Vento Bonsai*, estuvo musicalizando el stand durante los tres días de exposición. También hubo novedades con **Avid** y su nueva línea de audio con el más reciente *ProTools* y en el área de noticias y servidores con las actualizaciones del *Media Composer*.

La empresa acompañó nuevamente con un teatro, donde exponentes de la industria del cine, edición y música Argentina dieron charlas y conferencias abiertas al público. De la mano de **Avid**, **Dolby Atmos** presentó el nuevo sistema de sonido, que se instaló en un pequeño puesto para 15 personas donde uno podía sentir y escuchar la tridimensionalidad del sistema de sonido.



Domingo Simonetta con Irving Ramirez y Luis López de Telestream



Mariano Simonetta con Pedro Mees y Armando Ishimaru de JVC

Technology Group, junto a sus marcas en Caper

Como todos los años y más allá de las crisis, **Technology Group** de **Alejandro Russo** volvió a tener su presencia institucional en Caper para recibir a sus marcas del exterior y clientes de todo el Cono Sur.

Este año en particular, se distinguió con un televisor de LED de 3 x 2 metros en el diseño diferente de su stand, con foco en los enlaces de **Vislink** que son para banda Ku o banda Ka. Nuevamente estuvo **Andrew**

Larsen de la marca, que es un referente absoluto del mercado y justo antes del G20.

De la misma manera, también se realizó en el stand el trabajo de **Solitón** para los uplinks satelitales por líneas celulares como uno de los aspectos en gran expansión del mercado compitiendo con **LiveU**; los nuevos monitores **Postium** de Corea y la marca **Silvus** que contó con la presencia de **Mark Tommey**.



Alejandro Russo y Andrew Larsen de Vislink

Hardata exporta a más de 32 países

Hardata volvió a estar presente en Caper siguiendo su estrategia de estar presente cada dos años. **Gustavo Fayard**, VP y Cofundador de la empresa, dijo que tenía mucho sentido además por la presentación de sus nuevos productos de *Visual Radio*, solución de software para radio pero con video para las emisoras que quieren tener su pata audiovisual en internet.

Se trata de un producto de diseño propio

que lanzan para toda la región como verdadera empresa argentina de exportación que tienen clientes en 32 países. En la parte de automatización, se ha implementado en 4.500 emisoras de todos esos territorios.

En la parte de video, **Hardata** cerró una alianza con **Dell** para dar soporte a sus implementaciones en todos esos territorios, no importa si los clientes son más pequeños.

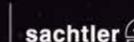
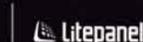


Gustavo Fayard

SVC.

MIRANDO AL FUTURO

Te invitamos a conocer nuestros stands y disfrutar de todas nuestras representaciones y productos exhibidos.



Sistemas de Video Comunicación S.A.



BVS: Caper positiva con sus clientes

Los mejores broadcasters pasaron por su stand

El crecimiento que ha tenido **BVS** en los últimos años se ve reflejado en la mentalidad positiva que define a **Facundo** y **Roberto Favelukes**, que se repite en la manera de encarar la situación argentina actual de inestabilidad del dólar, en un crecimiento de su equipo y con un valioso componente de ingeniería.

Eso se vio en el gran despliegue del equipo en el movimiento del stand en Caper, ya con **José Lobo** como flamante director de operaciones. **Prensario** estuvo en el stand de **BVS** y confirmó que volvió a ser un punto de encuentro estratégico y agradable para compartir con los



Roberto y Facundo Favelukes, Diego Tanoira, Alberto Larraburu y Fernando Mochulske

clientes en el bar con catering permanente y mesas para charlas de proyección.

Allí, estuvieron varios de los principales clientes, como **Telefe**, **Telefónica** o **DirecTV**, entre muchos otros, extendiendo un poco el espíritu del gran festejo del Día de la Primavera. Roberto Favelukes confirmó que, si bien no era el objetivo cerrar negocios allí, se generaron proyectos concretos en las conversaciones durante Caper.

‘El contexto es difícil pero hace muy competitivo a nuestro medio en su conjunto y, como tiene profesionales de gran nivel, podría incentivar la producción local otra vez y tener un gran empuje para el 2019. Vemos que el negocio de broadcast pasa a ser de media y las compañías que generan contenidos están bien equipadas. Eso permitiría generar más

contenido y seguir invirtiendo en tecnología para poder exportar’, remarcó.



El equipo de Telefónica de Gabriel Farzace en BVS



Facundo Favelukes, de BVS, y Gustavo Capua de Telefe

contenido y seguir invirtiendo en tecnología para poder exportar’, remarcó.

OM Systems: Crecimiento con Ross, Dalet y la parte de TI

Sinergia en el proyecto internacional

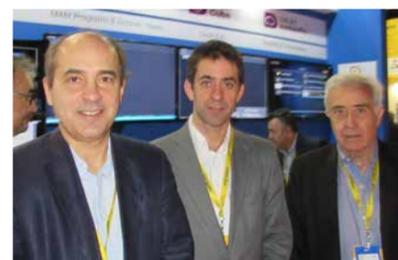
OM Systems fue uno de los integradores nacionales que se vio fortalecido en cantidad de espacio y marcas en la última edición de Caper. Una razón para el crecimiento es el gran momento de **Ross** a nivel nacional e internacional. En esta marca, vale destacar la reciente venta de tres matrices **Utrix** a **Torneos**.

Además, la sociedad histórica de **Jorge Moya** y **Juan Carlos Ortolán** con su proyecto internacional, sumó este año para la parte de IT que era la que les faltaba a **Mariano Cuerda**, que trajo consigo a una empresa líder como **Dalet** y también **Xen**

Data, que tiene muchas operaciones con ella en todo el mundo. En su stand estaba **Phillip Storey** de esta marca.

En el stand, se destacó **Fluotec**, la marca líder de iluminación mexicana para el mundo, y **Cobalt**, que tiene gran proyección, empuje en Latinoamérica y gran importancia estratégica para **OM Systems**. Sigue siendo un diferencial la parte de ingeniería de proyectos y arquitectura, ya que cuenta con la capacidad de hacer diseños de estudios y armados de móviles como referente en el mercado.

La parte internacional con Ortolán también se nutrirá de estas novedades, si bien hay



Mariano Cuerda y Jorge Moya, de OM Systems con Julien Decaix (centro), de Dalet

mucho énfasis en **OM Systems** en ser muy prolijo con las representaciones de marcas y no interferir con empresas colegas.

LO MEJOR DEL DEPORTE ESTÁ EN TyC SPORTS



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

TyC Sports

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



Tektronix



Ricardo Báez y Francisco Coronado

Tektronix volvió a estar presente por primera vez en Caper junto a **Viditec**, su nuevo responsable de servicio para Latinoamérica. Destacó la buena respuesta del integrador argentino al mercado y también el buen nivel de preguntas de los clientes.

Flowics



Rubén Annaratone, Gabriel Baños, Candela García y Fernando Zunino, de Flowics

Una de las empresas destacadas en el stand de **SVC** fue **Flowics**, la empresa de interconectividad de redes sociales en pantalla, un tema candente en la actualidad con todos los programas interactuando con la audiencia a través de las redes sociales.

La empresa estuvo con un puesto bastante nutrido con la presencia de **Gabriel Baños**, CEO y Fundador de Flowics, y **Candela García Villanes** entre otros ejecutivos quienes presentaban las distintas posibilidades que brinda su plataforma a los clientes, desde el simple conteo de las interacciones en redes sociales hasta encuestas y grafismo aplicado e integrado a otras plataformas como **Vizrt**.

Entre los clientes que ya cuentan con la plataforma se encuentran los principales players de la región, como **Artear**, **Telefe**, **Fox Sports**, **Viacom**, **Televisa** y **Grupo Imagen**, entre otros.

LiveU



José Luis Reyes, de LiveU, Juanchy Mejía y Christian Kardashian, de Live Media

José Luis Reyes de **LiveU** destacó su presencia en Caper junto a **Live Media**, donde destacó que la empresa organizó el **Latin American Partners Visit**, un viaje junto a ocho clientes para conocer la fábrica en Israel realizado en noviembre. Para esto, contó con el apoyo del gobierno israelí que participó en una de las conferencias. Entre los clientes invitados estuvieron **RBS** de Brasil que ahora cambió a todos productos de **LiveU**, **Globo**, **Cable Color** de Honduras, **Albavisión**, y varios de Perú.

Clark Wire & Cable



Ken Bernd y Shane Collins

Clark Wire & Cable hizo su primera presentación en Caper con productos de fibra para Broadcast, tanto para clientes de video como de radio. Es una empresa estadounidense con sede en Chicago y tiene su primera representación en nuestra región con **Viditec**. Espera potenciar México y Brasil para el año próximo.

Entre sus productos, se encuentra la línea de conectores para audio, data, video y fibra óptica, además de los cables de precisión fabricados para entregar un mayor ancho de banda y mejor performance.

Vitec Group



Eduardo Silva y Marco Brea

Una visita importante que tuvo Caper, en el stand de **SVC**, fue **Eduardo Silva** como director regional del **Vitec Group**, acompañando a **Marco Brea**. Su objetivo es apoyar la gestión en el mercado y también investigar sobre lo que los clientes necesitan.

Lectrosonics



Christian Cabezas y Sergio Bourguignon

Lectrosonics participó por segunda vez en Caper y también son dos años que **Christian Cabezas** está llevando adelante Latinoamérica, enfocándose en productos inalámbricos de TV y Cine para broadcast. Tiene representaciones en la mayoría de los países y en Argentina estuvieron con **Equaphon**.

Meinberg

Otra novedad de **SVC** en Caper fue **Meinberg** con **Ermani di Giulio**, empresa que ya estuvo en Tecnotelevisión de Colombia de donde manejan la región. Se ocupa de sincronización para el broadcast IP. En la parte analógica no era necesario algo así pero para redes IP toma una importancia para un trabajo regional. Está totalmente homologada con **SMPTE** y otros organismos.

Lawo



Domingo Simonetta y Nacho González

Nacho González de **Lawo** destacó su primera participación en Caper junto a **SVC** y sostuvo que por el momento tecnológico del mercado argentino, es bueno sembrar en un trabajo que más tarde dará sus frutos. A nivel regional, está muy bien con soluciones en la parte de video IP además de su gran fortaleza conocida en audio. De todas maneras, expresó su prudencia por los cambios políticos en varios países para que se cumplan esas expectativas.

Del lado de **SVC**, **Domingo Simonetta** expresó que está muy orgulloso de tener a **Lawo** como compañía que está un paso delante de todo el mercado.

Xen Data



Mariano Cuerda, Phillip Storey y Jorge Moya

Phillip Storey, de **Xen Data**, remarcó su nueva distribución con **OM Systems**, donde si bien tiene una parte con **Dalet** también tenía sentido desdoblarse la representación por el trabajo conjunto que tiene a nivel mundial con **Dalet** con más de 50 instalaciones. En Argentina hay clientes claves como **Artear**, **Educ.ar** y **Torneos**. Ahora sigue con mucho énfasis en las soluciones de cloud.

La marca destaca el nuevo software de duplicación del sistema de archivos optimizado para la nube híbrida, LTO y archivos de discos ópticos.

Ross



Jason Barden con Jorge Moya y Juan Carlos Ortolán

Jason Barden, de **Ross** estuvo por primera vez en el stand de **OM Systems**, su nuevo partner local en Argentina, donde destacó que éste será un año récord para la compañía a nivel mundial y también en Latinoamérica, no sólo por la cantidad de nuevos productos, sino también por el servicio que está ofreciendo con gente de mucha confianza en la industria.

Entre los hitos del año destacó el lanzamiento de la nueva **Pivot**, una cámara PTZ que viene a revolucionar el mercado por su relación costo prestaciones.

datavideo®
Soluciones Integrales en Audio y Video Profesional & Broadcast
*Produce Video en Estudio o Eventos en Vivo ?
 Necesita realizar transmisión por internet ?
 Estudios Móviles, Grabadoras, Intercomunicadores
 Monitores, Cámaras, Conversores, Codificadores de Streaming.*

Register for **3 year warranty** datavideo

Megservice
 A.S.D.A S.R.L.
 DISTRIBUIDOR PARA ARGENTINA

Primera Junta 2852 - Mar del Plata - Tel/Fax 54-223 4921666 / 4963330 /
 Mail: ventastv@megservice.com.ar / www.megservice.com.ar

Hispasat realizó el Innovation Days en Buenos Aires

Una nueva edición de **Hispasat Innovation Days** tuvo lugar el 23 de octubre en el Hotel Faena de la Ciudad de Buenos Aires, donde la empresa satelital convocó a partners y clientes para debatir sobre el futuro consumo de medios y la capacidad satelital requerida para responder a la creciente demanda de conectividad en Latinoamérica.

Se trata de la séptima edición de este formato que este año tuvo lugar en Londres, Rabat, México, Milán, Río de Janeiro y Bogotá en septiembre. La apertura del evento estuvo a cargo de **Sergio Chaves**, director de Negocios de América del Sur en **Hispsamar**.

Chaves explicó que el mercado de video tiene diferentes temas que atender. Entre ellos, el consumo audiovisual varía según grupo etario y país, pero lo que es seguro es que la TV tradicional está perdiendo ingresos de manera gradual. En segundo lugar, está el despliegue de redes terrestres, que no en todos los casos cuenta con la calidad deseada.

Finalmente, el ejecutivo habló de la hiperconectividad. 'Cada vez hay más aplicaciones y la gente demanda más ancho de banda. Los smartphones están todo el tiempo con las personas, que están las 24 horas conectadas'.

En este marco, Hispasat ha avanzado con grandes inversiones para acompañar las tendencias del mercado, y hoy cuenta con siete posiciones orbitales y 11 satélites en órbita.

En la región, algunos de los grandes operadores satelitales como **Telefónica** y **Claro**, con alta penetración, son clientes suyos. Además, tiene más de 2000 puntos de conexión backbone para llegar con Internet a lugares remotos.

Nuevos hábitos de consumo

Partiendo de la base de que el consumo de IPTV está creciendo

en Latinoamérica, mientras el satélite mantiene su nivel y el cable baja, los ejecutivos del primer panel analizaron cómo es el mercado actual, con moderación de **Anat Procianny**, Sales Manager South America en Hispasat.

Rodolfo García Cosín, CTO de **AMC Networks**, expresó: 'Ha habido un cambio en el modelo de negocio pero también se da una demanda de producciones con creciente calidad. Hay un exceso de oferta que abruma al consumidor y por eso se hace necesario que las plataformas ayuden a elegir, que recomienden contenidos para los usuarios'.

'El consumo multiplataforma es un fenómeno global que trasciende las generaciones. Si el contenido es atractivo y la plataforma amigable, se va a consumir. La tecnología abre posibilidades porque ofrece más canales de distribución', completó **Fernando Liste-**



Tomás Gennari, de BB; Juan Manuel Altamirano, de Ate; Anat Procianny, de Hispasat; Fernando Liste-Neira, de Disney; y Rodolfo García Cosin, de AMC Networks

Neira, Sr. Manager Technical Operations de **Disney Channel**.

En la parte tecnológica, **Juan Manuel Altamirano**, de **Ate**, expresó: 'Los proyectos ya no vienen del área broadcast sino de las redes. Se invierte en mejorar para dar mayor conectividad a los clientes. Los operadores de TV lineal están desplegando fibra para ofrecer una mayor experiencia. La mayoría se debate si desarrollar sus propias plataformas OTT, y mientras tanto la gente se está yendo a Netflix'.

García Cosín: 'El core no ha cambiado; si se hacen buenas historias, se consumen. Lo que cambia es la forma de distribuirlos. El foco es hacer buenas historias y llegar a los usuarios por todos los caminos posibles. En AMC lanzamos innovamos con el lanzamiento de series completas desde el primer día, dándoles la posibilidad de hacer binge viewing'.

Mach Electronics crece en el Cono Sur

Nicolás Bloise, presidente de **Mach Electronics**, dijo que pese a la situación del país el balance de Caper ha sido positivo, porque siguió demostrando la enorme capacidad de los integradores. El año próximo será importante para ver la evolución del mercado; hay alarmas de la industria audiovisual en materia en distribución de contenidos, aunque si se toma el ejemplo de los países centrales, la distribución convencional seguirá vigente por diez años. La ventaja de Argentina es alcanzar una penetración de cable del 80% para seguir en esa línea.

Bloise afirmó que Mach cumplió las expectativas comerciales del año. Destacó que, desde hace varios años, está en Uruguay, Bolivia y ahora potencialmente en Paraguay con varios proyectos. Eso le da ingresos extras que compensan la caída del mercado interno, y permite aprovechar el capital humano con mucha experiencia en la Argentina.

El agregado de producto de fibra óptica con cableado indoor y exterior está creciendo. En FTTH hay bastante foco, con la intención de sumar electrónica del lado del cliente e inclu-



Juan Carlos Ruiz y Nicolás Bloise de Mach

so salir con líneas de financiación. Apuestan además a Instrumentos de medición, cajas de herramientas y el tendido para FTTH.

DE LA ENTRADA DE VIDEO A LA ANTENA EMISORA, TODO EN UN MISMO PROVEEDOR

RFS RADIO FREQUENCY SYSTEMS
The Clear Choice®

Antenas, filtros, coaxiales, conectores y elementos de maniobra.

screen

Transmisores de FM y TV, encoders, multiplexores y servidores de vídeo.

Bird®

Wattímetros, cargas, atenuadores, sensores, analizadores de líneas y antenas.

REDES ÓPTICAS
Instrumental, conectores, patchcords, pigtaills y cajas para FTTH.

Las empresas de Brasil, presentes en Caper

Más de diez propuestas para radio y televisión

Caper tuvo un nutrido pabellón brasileño con alrededor de diez empresas y asociaciones que estuvieron presentando sus soluciones y destacando su amplia experiencia en televisión digital, desde el inicio y puesta en marcha del estándar ISDBT.

Entre las distintas empresas además de las enfocadas en TV digital como **EiTV**, **tsda**, **Proelectronic**, **Tecsys** o **Show Case Pro**, se sumaron además empresas enfocadas a infraestructura como **Eldtec** y producción como **Mirakulo**, **Media Portal** y **Snews**; en el área de radio, **Playlist** y **Biquad**.

Ulisses Barreto de tsda, destacó: 'En Caper se ven muchos clientes de otros países, como Perú, Chile, Uruguay, Bolivia, algo que no se ve en otras ferias, y posiciona a la feria en la escena internacional muy importante para nosotros. Hoy tenemos clientes en Chile, Perú y Bolivia y tuvimos la posibilidad de verlos aquí, eso siempre es bueno para los negocios'.

Laila Salim de Eldtec, señaló: 'Nosotros nos dedicamos al cable coaxial y estamos comenzando con la fibra; estar presentes en un mercado como el argentino, donde la penetración del cable es tan fuerte y donde podemos llegar con una oferta a medida y con calidad superior nos sirve mucho. Por eso de la mano de nuestro consultor comercial **Alfredo Revello**, queremos difundir el trabajo que hacemos y los beneficios

que podemos ofrecer en este mercado'.

Eliezer Reis, CTO de **Snews** afirmó que: 'Caper ha sido muy buena, hasta diría que mejor de lo esperado, pero uno siempre espera un poco más de las ferias. Nosotros nos vamos conformes habiéndole presentado nuestros productos a varios clientes, pero por sobre todo porque de a poco nuestra marca va siendo reconocida en el exterior. Hoy somos líderes en el mercado brasileño de noticias y MAM; queremos que ese liderazgo se repita en otros mercados cercanos a Brasil. Hoy desde nuestra oficina en Estados Unidos atendemos a toda Latino América y ya tenemos clientes en varios países. De a poco nuestra marca y nuestro producto se va posicionando en el mercado y eso nos hace ser muy optimistas de cara al futuro'.

Media Portal como parte de su expansión en América también estuvo con stand en el Pabellón Brasileño, además de estar presente en el stand de su revendedor e integrador **Seal Broadcast**. 'En los últimos años nuestro equipo ha recogido información y buscó entender las demandas de las empresas Latinas, y hoy creemos tener productos alineados con las necesidades planteadas, afirmó **Murilo Santos**, gerente de Marketing de Media Portal, quien agregó 'Presentamos de modelos de gestión de flujos tanto en las instalaciones del operador como en la nube,



Fabio Tsuzuki y Murilo Santos, de Media Portal



Dino Maia y Eliezer Reis, de SNews



Carlos Ferreira, de Tecsys, y Ulisses Barreto, de tsda

y también modelos híbridos de operación, valiéndose de lo mejor de los dos mundos'.

Caper cerró el año con su almuerzo de camaradería

El 11 de diciembre, la Cámara Argentina de Proveedores y Fabricantes de Equipos de Radiodifusión (Caper), invitó a sus socios y amigos a un almuerzo de camaradería para cerrar el año, que tuvo lugar en La Parolaccia Casa Tua de Palermo y tuvo gran representatividad.

Junto a Ricardo Solari y Pilar Orge Sánchez, estuvieron Eduardo De Nucci, de Viditec, Norma Trinchitella, de SVC, Roberto Favelukes, de BVS, Adrián Corna de Panasonic, Mariano Cuerda de OM Systems, el equipo de VideoSwitch y todas las marcas principales que siempre apoyan a la entidad.

Ricardo Solari destacó los 30 años de Caper y reconoció especialmente a **José Scaliter**, **Pedro Pascual** y **Salonio** como fundadores.



Gran representatividad en el almuerzo de camaradería de Caper

VideoSwitch: Exitoso seminario Pre-Caper

En el marco de Caper 2018 y en el día previo al comienzo de la muestra comercial, **VideoSwitch** realizó una jornada de capacitación, de la que participaron 43 clientes de la región, quienes se interiorizaron sobre los "Desafíos de la integración y medición en la TDT".

Roberto Maury, presidente de VideoSwitch, comentó que es la primera vez que una empresa organiza un seminario en Caper fuera de los días de la muestra e invitó a otras empresas a seguir el ejemplo. 'Este tipo de jornadas está dirigida específicamente a los visitantes de Caper y es una buena oportunidad para profundizar sobre temas que hacen al quehacer diario de nuestra industria'.

De la jornada participaron 43 clientes que se acercaron desde diferentes puntos del Cono Sur: 'Tuvimos clientes de Bolivia, Chile, Paraguay, obviamente Argentina; estamos muy contentos con la convocatoria, ya habíamos reunido 40 clientes el año pasado y este año decidimos repetir la experiencia', destacó **Esteban Erize**, gerente de ventas de VideoSwitch.

El seminario abarcó la teoría sobre equipamiento y mediciones en torno a la televisión digital, con foco en el ISDBT. La capacitación a cargo del equipo de desarrollo de VideoSwitch, con **Marcelo Indarramendi**, como principal orador y comprendió contenido teórico y práctico, además de hacer mediciones con equipamiento de la empresa **Test Tree**, que VideoSwitch representa hace un año y de la cual participó **Bruno Tariant**,

director de ventas regionales.

Entre los principales objetivos, **Santiago González** y Maury destacaron: 'Proveer los conocimientos básicos que permitan comprender la cadena de transmisión de un sistema de televisión digital terrestre en norma ISDB-Tb, presentando los distintos equipos que componen una estación de televisión digital y mostrar la función que cumple cada uno'.



'Para nosotros es muy importante que una empresa tan importante como TestTree nos acompañe en esta iniciativa, somos representantes para toda Latinoamérica a excepción de Brasil y ya hemos cerrado ventas muy importantes en Honduras, Chile, Bolivia y Argentina; estamos trabajando fuerte para tener los mismos resultados en Chile y Paraguay', resumió Erize.

CryptoGuard
— Protect your content —

Content Security
— For Digital TV on Any Screen —
Conditional Access ▶ Multi-DRM

CryptoLITE
OTT Solution

Cost-Effective End-to-End OTT Solution

ADVANCED FEATURES
Live-TV ▶ Timeshifting ▶ Catch-up ▶ Start-over ▶ nPVR ▶ VOD

SUPPORTS NATIVE DRMs
Apple FairPlay ▶ Google Widevine™ ▶ Microsoft® PlayReady®

Meet Us!

ANGA.COM Stand #A10
CommunicAsia Stand #1H2-10
IBC 2018 Stand # 5.B39

sales@cryptoguard.com | +46 971 107 35
www.cryptoguard.com

Follow us



Roberto Maury



Esteban Erize con algunos de los clientes argentinos



Massimo Begotto, Pablo Anzuela, de TV Ciudad, Alberto Larraburu, de BVS y Andreas Pannoza, de SiMedia



Diego Rodríguez, de Fox, Facundo Favelukes y Rafael Val, de NR



Ricardo Santos, de Datavideo y Juan Agra, de Megaservice



Eric Johnson y Sam Fares, de Sony con Daniel Testani y Les, de Cooke



Federico Heuser, Valerio Comuzzi y Federico Garzon, de VEC



Irving Ramírez, Bruno Bellantuono y Luis Fernando López, de Telestream



José Alvarado, de Canon, Luis y Rosa Arze, de Bolivia



Carlos Noguera, de AVBB, Adrián Guidi y Osvaldo Rodi, de Videobit



Néstor Stazzoni, Nahuel Zaccagnino, Carlos Boffa y Ramón Gallo



Raúl Malisani y Miguel Smirnoff



Alberto Larraburu, de BVS y Marcos Aquino, de Skyworth



Aldo Campisi y Odair Auger, de Chyron



Emerson Pérez de Bridge y Edwin Vargas, de Iniviso



Luis Daniel Carbonell y Juan Agra, de Megaservice



Kutzuoqa y Adriano Bedoya, de Sony



Glen Green y Manny Rosado, de Aja



Leo e Israel Rodríguez, de TCA



Francisco Aguayo y Italo Marinello, de Avivest



Patricio Lombardo y Ramiro Rodríguez, de Mediakin Ericsson

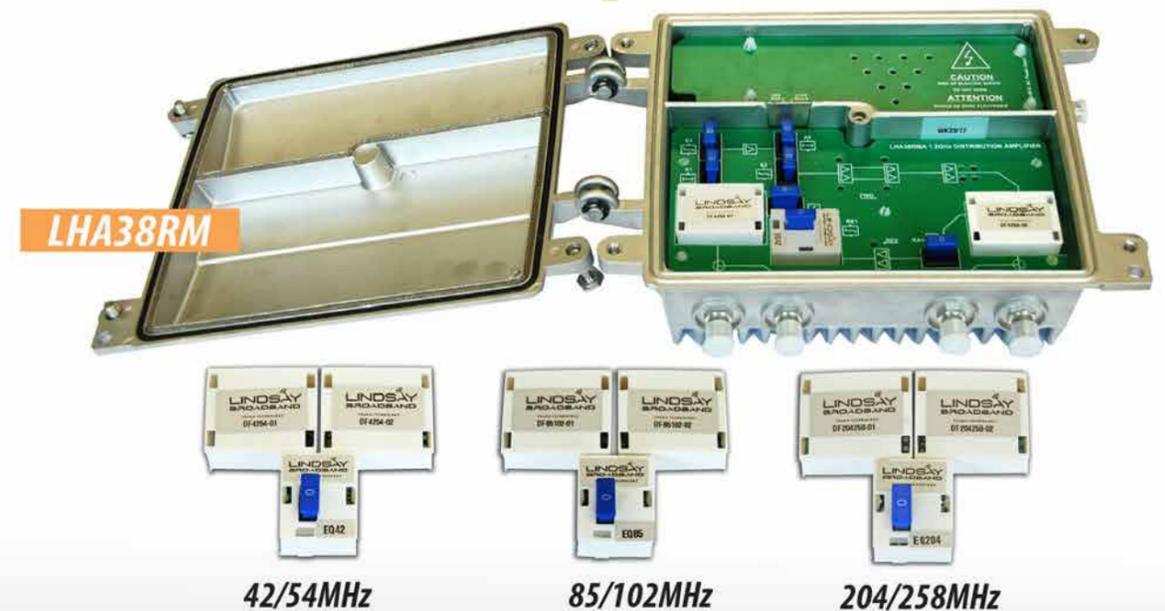


Sergio Yáñez, de Imagine con Oscar Verazzi, de Viditec



Camilo Madrigal y Jesús Lozano con Fiorella, de Stanislawo y Cristian Paladino

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.



www.lindsaybroadbandinc.com

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

Por David Atman, presidente, Lindsay Broadband

Lindsay: Un UPS que cambia el juego

Lindsay Broadband presenta el LBP-UPS-F, una nueva fuente de alimentación ininterrumpida diseñada para redes de fibra óptica RFOG. Esta nueva generación de UPS, la más pequeña disponible hoy en la industria, tiene un diseño que le permite extender la vida útil, mejorar la performance, ganar mayor confiabilidad, todo con instalación y servicio más fáciles y a menor costo que cualquier otro UPS en el mercado.



El LBP-UPS-F está diseñado con componentes larga vida, de instalación y servicio más fácil, que entrega energía confiable y cuesta menos que las soluciones convencionales. El LBP-UPS-F está diseñado alrededor de la batería de ion de litio y está diseñada para ofrecer un respaldo de ocho horas de batería con 400ma de carga.

Vida más larga

Complementando y extendiendo las baterías de litio que de por sí tienen larga vida, el LBP-UPS-F ofrece un nuevo enfoque a la carga de batería con su innovadora tecnología de posicionamiento termal, que emplea un termistor controlado por microprocesador para decidir cuándo cargar las baterías.

Normalmente, las unidades se montan dentro de los armarios eléctricos, garajes o áticos de los suscriptores, donde las temperaturas pueden fluctuar hasta en 100°C. Otros cargadores de UPS que suelen utilizarse simplemente continúan cargando la batería como si estuviera a 25°C continuamente, aplicando una carga de voltaje constante sin importar las condiciones ambientales.

Alejándonos de las voluminosas soluciones de baterías de ácido acidado permite al LBP-UPS-F de Lindsay asumir un factor de forma pequeño de 78 X 156 X 44 mm y solo 0,45kg completo con entrada y salida de acuerdo a las normas de SCTE para conectores f; este innovador UPS puede instalarse virtualmente en cualquier lado.

Resultado: Su negocio, su dinero

El LBP-UPS-F está diseñado para ayudar al operador a mejorar sus operaciones de negocio y reducir sus costos. Entonces deberían plantearse los siguientes interrogantes: ¿Cuántas baterías reemplazó su empresa en el último año? ¿A qué costo? ¿Le gustaría recuperar al menos la mitad de su dinero?



David Atman, president de Lindsay



El Nuevo LBP-UPS-F de Lindsay

Si el operador gasta demasiado en reemplazos de batería y técnicos a domicilio, y si le gustaría ahorrar tanto como el 50% de los gastos operativos relacionados con el UPS, Lindsay Broadband podría tener la solución.

Tecnored: Dos años en Chile y va por más

A la par de su gran presente en Argentina

Tecnored volvió a tener una labor muy activa con su presidente Juan Domínguez en Chile Media & Content. Esto junto a los principales socios de TV Cables y a Furukawa, apoyando una conferencia que dio Ricardo Meneses Mejías sobre ciudades inteligentes y cómo el foco es el bienestar de la gente día a día.



Domínguez remarcó que termina un gran año en Argentina como proveedor de soluciones de fibra para la industria, contando con 120 colaboradores, plena ocu-

pación hasta marzo y proyectos en marcha a los que tendrá que ocuparse después de abril.

Sin embargo, enfatizó la continuidad del proyecto regional, que tiene su pata importante en Chile con una oficina que cumplió dos años y donde ha hecho varios proyectos con total efectividad y satisfacción de los clientes.

Para que el día a día de Argentina no afecte el proyecto regional, es desde Santiago que se atiende toda la cuenca del Pacífico, con varios proyectos como en Ecuador y



Ricardo Meneses, de Furukawa, y Juan Domínguez, de Tecnored

Perú. Por eso mismo en 2019 retomará la presencia en Andina Link Cartagena y APTC de Perú, entre otros eventos.

Simplifica la logística de los productos críticos.



Por Vladimir Martínez / Corresponsal en México

Canon presentó nueva cámara de cine digital EOS CC700, en México

Con un evento en el Museo Franz Mayer de Ciudad de México, Canon presentó su nueva cámara EOS CC700 CC, el nuevo producto de su línea Cinema, que ya cuenta con siete años en el mercado de cine digital.

Los participantes pudieron comprobar las ventajas del nuevo desarrollo. Con un sensor 38.1 x 20.1 milímetros, el cual ofrece un rango dinámico de 15 pasos, una profundidad de campo más reducida, y modos de sensor compatibles con fotograma completo —Super 35 mm y Super 16 mm—, el nuevo modelo está preparado para utilizar montura de óptica EF, y PL y B4 con adaptador, ello entre otras opciones que mejoran la calidad de imagen digital.



Manuel Cárdenas Grandío, especialista de Advisor, Profesional Broadcast & Film Industry de Canon Mexicana y Akira Soda, gerente Senior de Servicio Directo de Canon Mexicana, fueron los encargados de presentar la nueva tecnología, la cual, se destacó que puede ser utilizada montada en un trípode o de manera móvil en el hombro y no presentar mayores movimientos súbitos.

Se mencionó que la EOS CC700 CC es una de las cuatro cámaras seleccionadas por Netflix para contar con el sello Post Technology Alliance, que significa que cuenta con todos los requerimientos técnicos y de calidad para producir películas y series que son ofertadas en la plataforma.



Akira Soda y Manuel Cárdenas Grandío de Canon Mexicana

Por ejemplo, se mencionó, el documental *Icarus*, fue grabado con estas cámaras. Las películas *Our souls at night*, *The ritual*, *Mars generation*, *The confession tapes*, *Hot girls wanted*, *Chelsea*, entre otras, fueron grabadas con esta tecnología.

Durante la presentación en la capital mexicana se mencionó que la nueva EOS CC700 CC graba archivos en formato RAW 5.9K y ProRes 4K con un grabador CODEX CDX-36150 opcional o 4K de manera interna en formatos ProRes o XF-AVC, para flujos de trabajo más eficientes.

Se informó que el distribuidor autorizado de Canon en México, UMPEQ, ya cuenta con esta cámara para disposición de sus clientes, en modo de venta o renta.



Asistentes a la presentación de la nueva cámara EOS CC700 FF de Canon



Akira Soda, de Canon Mexicana

TAC/ Latino TCA: KT, ClickTV y Teleste

TAC fue protagonista en Chile Media & Content, como todos los años, con su stand para los asociados a TV Cables de Chile, donde mostró las mejores soluciones que Latinoamericana TCA aporta a la región.

Se destacó la solución de KT para brindar 1000 Mbps a muy buen precio y competir con empresas grandes como ZTE y Huawei, según comentó a Prensario su gerente comercial, Nicolás Márquez. También se destacó ClickTV, la solución de



IPTV a bajo costo que, por primera vez en Latinoamérica, permite a operadores medianos y pequeños brindar 4K, y ya cuenta con dos clientes en Chile.

Finalmente, TAC mostró la solución multipropósito de Teleste, que acaba de ser homologada por Movistar y tuvo en Chile la presencia de Gary Esnal. Acaba de ganar un premio en la SCTE para mejorar la eficiencia del consumo de energía y permite unificar toda la emisión en un



Nicolás Márquez junto a todo el equipo de TAC en Chile Media & Content

tercio de rack. Finalmente, está su software de control de redes ópticas.

20 años red Intercable

evolución, 270 pymes, soluciones, 1998, servicios, 560 localidades, infraestructura, sinergia, competitividad, inversión, rentabilidad, desarrollo, innovación, trabajo, ecosistema empresarial, 2018

Por Vladimir Martínez / Corresponsal en México

Tech Overview 2018: Elara y Comtech reunieron a la industria satelital en México

El 29 de noviembre se realizó en Ciudad de México Tech Overview, el evento organizado por el integrador mexicano Elara junto a Comtech, donde los proveedores de tecnología satelital discutieron el alcance y la evolución de sus soluciones.

Ejecutivos de **Elara**, **Comtech**, **Hispasat**, **Eutelsat**, **Intelsat** y **SES** hablaron de Internet móvil vía satélite, Internet de las Cosas (IoT) y del mayor alcance de esas tecnologías en zonas de difícil acceso y el crecimiento de distribución de servicios de video. Estas son algunas de las principales áreas de crecimiento futuro de la industria satelital en Latinoamérica, y principalmente en México, según coincidieron los expertos.

Martín Gómez, director ejecutivo comercial de Elara Comunicaciones, consideró: 'La industria generará un beneficio para los clientes y usuarios de los servicios satelitales. Con esta integración de nuevas tecnologías, que como HTS en México ya es una realidad y es una oferta amplia de varios proveedores, eso juega en favor a los competidores, con ofertas más competitivas'.

'En este evento, ofrecemos nuestra visión no sólo como carrier de comunicación y de ofertas satelitales, sino como un proveedor de soluciones satelitales alineadas a este cambio a la transformación digital en el que todos tenemos oportunidades. El panorama

es favorable', completó Gómez.

Por su parte, **Felipe Gómez**, Director Senior de Ventas para América Latina y El Caribe de Intelsat, comentó: 'En esta industria ya estamos esperando desde hace muchos años que llegue la gran ola de crecimiento. Pensamos que está sucediendo y es imparable: que el internet se consume en el celular, pensamos que todo el crecimiento se va a ir para allá, porque es el instrumento que la gente utiliza para consumir internet. Si vemos el crecimiento histórico, en el que se llevó el servicio a casas, oficinas, a la telefonía rural, creo que todo va enfocado a ir a un modo de distribución wireless'.

Jorge Villarreal Schutz, CEO de Elara, afirmó a Prensario: 'En esta etapa que tenemos de 14 años, cada año hemos pretendido tener un crecimiento ambicioso. Este año, por ser electoral, lo notamos disminuido tanto en sector gobierno como privado, pero afortunadamente hemos terminado el año con un cierre de proyectos interesante con un muy buen avance para el año que entra'.

En la sesión profesional participaron **Richard Swardh**, SVP de Comtech EF Data; **Emmanuel Romero**, director de Ventas para México, Centroamérica y El Caribe de Hispasat; **Philippe Llau**, jefe de Data BU de Eutelsat; y **Mario García**, VP de Ventas de Datos Fijos para América Latina Norte de SES.



Martín Gómez, de Elara, encabezando el Tech Overview México



Emmanuel Romero, de Hispasat, Philippe Llau, de Eutelsat, y Mario García, de SES, y Felipe Gómez, de Intelsat, en Tech Overview



Los ejecutivos de Comtech, Elara Comunicaciones, Hispasat, Eutelsat, Intelsat y SES

Broadcast México cerró la edición 2018 en Guadalajara

Broadcast México se realizó el mes pasado en Guadalajara, donde tuvo una gran representatividad de empresas, cámaras y entes públicos, entre ellos el IFT, junto con la Cámara de Radio y Televisión Delegación Jalisco (CIRT Jalisco), entre otros.

La agenda académica apuntó al desarrollo y la formación de los profesionales de la industria Broadcast, apuntando a los desafíos de la radiodifusión y las telecomunicaciones en México, teniendo como eje central 'La

multiplataforma en la nueva era digital'.

Se trataron temas como la sustentabilidad y ecología en la nueva economía digital, la creación de contenidos, retos de ingeniería en televisión y la red 5G.

Como novedad, se ofreció un espacio de intercambio de experiencias e ideas buscando fortalecer la industria. Así, se brindó el primer curso de certificación para peritos, académicos y público en general, avalado y certificado por el Colegio de Profesionistas



Gilardo Gómez, director general de Broadcast México, encabezó la inauguración 2018

en Telecomunicaciones, Informática y Estandarización de Tecnologías, AC.

WireTech

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

Magnum: Gran 2018 con la cobertura del Mundial y las Elecciones

El 2018 fue un gran año para **Magnum**, distribuidor y representante exclusivo de **LiveU** en México, donde demostró grandes despliegues para los eventos más relevantes: la Copa del Mundo FIFA y las elecciones presidenciales.

Con su equipo de especialistas, estuvo en Rusia desde un mes previo al evento deportivo para hacer demos con los equipos **LiveU LU600**. Algunas de las televisoras de México y Latinoamérica utilizaron sus transmisiones con estos equipos en códec H-265, que son más robustos y que permiten mejorar la eficiencia del ancho de banda. **Magnum** diseñó e instaló una central de recepción de señales para supervisar las transmisiones de varias televisoras mexicanas desde Rusia.



Otro hito importante del año fueron las elecciones presidenciales en México. **Jorge Camacho**, director general de **Magnum**, dijo: 'Cada 12 años se celebran simultáneamente estos eventos. Vuelve a ocurrir en 2018, por lo que también hay que atender a ambos sucesos con la misma calidad, por lo que hay que dividir y optimizar a todo nuestro equipo'.

'Hemos desplegado más de 600 soluciones de **LiveU** en todo el país. El reto a vencer comenzó con la provisión de stock de unidades y buscamos en el mundo, en Israel, en Estados Unidos, en Colombia, donde fuera para tenerlos en México para poder proveer una cobertura electoral'.



Jorge Camacho, de Magnum



Los equipos de Magnum y LiveU

Por Vladimir Martínez / Corresponsal en México

Sony y Avid demostraron flujos de trabajo en México

En extensión a la colaboración que han mantenido durante largo tiempo, **Avid** y **Sony** llevaron a cabo una serie de sesiones y demostraciones profesionales en Ciudad de México, destacando sus soluciones de flujos de trabajo avanzados colaborativos para producción.

Del 27 al 29 de noviembre, las marcas junto a **Vitec Group**, reunieron a sus principales especialistas en Latinoamérica con el fin de mostrar a clientes y asistentes algunas de las principales sinergias tecnológicas que incluye su oferta en la región.

Humberto González, gerente senior de Marketing de Sony México, afirmó: 'Esta colaboración se está haciendo en Latinoamérica. Queremos demostrar que ni **Avid** ni **Sony** estamos aislados'.

Por su parte, **Eduardo Solana**, gerente de Ventas Senior para América Latina de **Avid**, destacó: 'La colaboración ha sido durante

muchos años. **Sony** ha estado muy cerca de **Avid** sobre todo en la parte de noticias, con la plataforma **XDCAM**, con **Nexis**, y ellos están presentando la cámara **Venice** para cinematografía digital'.

'Y por otro lado les ofrecemos el soporte del códec con el que ellos están grabando. En **NAB** presentamos un servidor **Nexis** que tiene 3 Gb de ancho de banda, que es un servidor hecho para **UHD** y **4K**. Esta es una buena oportunidad para hacer mancuerna y cerrar el año y mostrar que no sólo somos **Avid**, también tenemos una buena cantidad de partners y que trabajamos óptimamente con ellos', completó Solana.

Entre los ejecutivos presentes, se destacaron **Imanol Zubizarreta**, especialista senior de Soluciones Tecnológicas de **Avid** y **Ángel Ylisastigui**, gerente de Marketing para América Latina de **Avid**; **Sony** aportó la asistencia de **Daniel McDonald**, gerente



Eduardo Solana, gerente de Ventas senior para América Latina de Avid



Humberto González, gerente senior de Marketing del Grupo de Soluciones Profesionales de Sony México

senior de Sistemas y Soluciones de **Sony PSLA**, y **Samuel Fares**, gerente de Marketing de **Sony PSLA**.



CENTRO DE SERVICIO YAMAHA

BROADCAST



ACONDICIONAMIENTO ACÚSTICO

PRODUCCIÓN Y STREAMING

INSTALACIONES

Factor #18, Col. San José Insurgentes, Benito Juárez, CDMX, C.P. 03900 | dcamacho@magnumdigital.com.mx
+52 55 56 15 74 19 / +52 55 56 15 90 49 / +52 55 56 15 92 62

Por Fernando Moura / Corresponsal en Brasil

NexTV Series Brasil refleja la recuperación del mercado

NexTV Series Brasil 2018 se llevó a cabo en São Paulo, el 28 y 29 de noviembre, con la presencia de más de 400 profesionales de la industria audiovisual brasileña e internacional, convocando un 50% de público más que en su última edición.

El aumento fue provocado por la recuperación del mercado local y el avance de los pequeños ISP (Internet Service providers) que buscan soluciones para distribución de video por steaming en diferentes tipos de plataformas audiovisuales.

Ariel Barlaro, VP para América Latina de **Dataxis**, afirmó: 'Brasil tiene dos movimientos totalmente diferentes a los que se producen en el resto de América latina. La explosión de los servicios de ISP con nuevas empresas y la entrada de la TV abierta con soluciones avanzadas de servicios e plataformas OTT'.

De hecho, uno de los destaques del evento fueron las emisoras de TV abierta y sus servicios de valor agregado. **Fernando Pensado**, gerente de Negocios Multiplataforma de **SBT**, dijo que el futuro pasa por estrategias multiplataforma y multipantalla. 'Necesitamos entender las oportunidades y ver donde mejor se encuadran nuestros contenidos'. Vale recordar que SBT tiene el mayor canal de TV abierta en youtube.

com del mundo con más 6 millones de inscriptos y lo hace líder en el país.

Por su parte, **Aline Sordili**, directora de Desarrollo Multiplataforma de **Record TV**, y una de las idealizadoras de **Play Plus**, plataforma de OTT de la

emisora comentó que 'es necesario adaptar el contenido y elegir las plataformas donde son publicados los contenidos. Trabajamos con tentativa y error, buscando la mejor forma de llegar a nuestros consumidores'.

Pensado, que dirige o **SBT Online** cuenta con números impresionantes, son más de 2.000 millones de visualizaciones y 47 canales activos en su red que contabilizan más de 45 millones de inscriptos que consumen contenidos de la emisora por streaming.

Por su parte, **Mike Koenig**, VP de productos de ingeniería de **TiVo** comentó en el evento organizado por **Dataxis** que es fundamental pensar en interoperabilidad y ofrecer a los usuarios plataformas con



Cicero Aragon, de Box Brazil, Karen Santiago, de A&E Brasil, Rogerio Francis, de Viacom, y Renato Svirsky, de Guigo TV



Ariel Barlaro, de Dataxis, y Carlos Fini, de RBS/SET

layout simples y amigables que le permitan no sólo personalizar su experiencia, sino también aumentar su inmersión.

'La inteligencia artificial y la introducción de comandos de voz será esencial en esa nueva experiencia de consumo audiovisual', agregó.

Danilo Pereira Araujo, gerente Senior de Ingeniería de Video en **Telefónica Brasil**, fue más osado y expresó que es necesario pensar en algoritmos que 'diversifiquen el consumo' y permitan que el usuario pueda acceder a nuevos contenidos. En ese punto, **Marcelo Souza**, director de Productos de Video de **Globo.com**, apuntó que la experiencia logada permite unir los análisis cualitativos a los cuantitativos para no tornar la 'recomendación' una herramienta que tenga un efecto de 'embudo' y no deje a los usuarios explorar mejor las plataformas.

Sergio Silva, gerente de operaciones de para América del Sur de **AWS Elemental**, analizó las nuevas posibilidades de layout en la nube y como la empresa puede ayudar a sus clientes en mejorar la distribución de contenidos audiovisuales.



Bruno Magalhães, diretor de negócios y Luis Silva, director de ventas de Ateeme



Germano Fronza, de Bitmovim, Sergio Silva, de AWS Elemental, Thomas McCarthy, de Bitmovim, y Renato Reis, de AWS Elemental



Fernando Pensado, de SBT, Aline Sordili, de Record TV, y Adriano Adoryan, de EBC (TV Brasil)



Fabio Machado, de Turner, Leo de Biase, de BBL-ESL, y Gustavo Freudenfeld, de Globo

SHAPING CONTENT WORLDWIDE

may
14-17
2019

LA
screenings
independents

NATPE

NATPE
BUDAPEST
INTERNATIONAL

25-27 June | 2019

Marketplace, Screenings + Conference

Pre-Conference Screening + Session | 24 June 2019

NATPE.com