



canal trece

Mercado

Canal Trece es el canal abierto más prestigioso del mercado televisivo argentino, con llegada a casi 12 millones de hogares en todo el país. Un prestigio que se sustenta en la credibilidad y profesionalismo de su oferta informativa, en la calidad de sus ciclos de entretenimiento, en el despliegue de tecnología y en la producción de su cobertura deportiva.

Su pantalla ha logrado conjugar televisión de calidad con altos niveles de audiencia. Año tras año, sus producciones son premiadas en el país y en el exterior, y su share comercial refleja que es uno de los canales preferidos por los anunciantes.

Canal Trece forma parte de Artear, el gran emprendimiento del Grupo Clarín en el mundo audiovisual. Creada en 1990, la compañía también produce dos canales de televisión por cable con destacados niveles de penetración y posicionamiento: TN, la señal de noticias más reconocida del mercado local, y Volver, canal que preserva y atesora la producción del cine y la televisión nacional. Artear también trabaja en cinematografía, medios interactivos y eventos artísticos.

Logros

Una permanente inversión en tecnología ha colocado a Canal Trece a la vanguardia de la televisión nacional. El canal es reconocido por la calidad de su imagen, por la coherencia, creatividad e innovación de sus contenidos y por su indiscutido liderazgo en materia deportiva.

Sus producciones artísticas combinan un cuidadoso tratamiento estético, con destacadas actuaciones y temas de gran interés e identificación con el pú-

blico. Producidos localmente, se distingue el nivel de sus ciclos de ficción, cuyas historias y personajes ocupan un lugar especial entre los argentinos.

Por su parte, la programación dedicada al entretenimiento logra conjugar humor inteligente y de alto impacto popular, con la conducción de reconocidas figuras de la televisión.

Canal Trece se ha posicionado como el canal líder en coberturas periodísticas. Es el medio preferido por los argentinos para seguir las noticias. De lunes a viernes, emite cuatro noticieros: Amiba Argentinos, El Noticiero del Trece, Telenoche y En síntesis. Referentes de independencia y seriedad informativa, poseen los más altos índices de credibilidad del periodismo argentino.

Una sólida y prestigiosa división de noticias, con más de 150 profesionales, trabaja diariamente en la cobertura y el análisis de la realidad. Los parámetros éticos y profesionales que rigen la labor de sus periodistas los han hecho acreedores de una gran cantidad de premios nacionales e internacionales.

Telenoche Investiga, el programa de investigación periodística más reconocido de la televisión local, fue un hito en la historia del canal. En sus más de 10 años de permanencia, el ciclo fue pionero en la incorporación de recursos técnicos y periodísticos inéditos en la televisión argentina y puso al descubierto numerosos casos de corrupción pública y privada.

Historia

Bajo el nombre Río de la Plata TV, Canal Trece de Buenos Aires comenzó a emitir el 1º de octubre de 1960. Desde sus inicios, sus contenidos se convirtieron rápidamente en éxitos que hicieron historia y que marcaron a cuatro generaciones de argentinos.

Arte Radiotelevisivo Argentino S.A. (Artear), integrante del Grupo Clarín, se hizo cargo de la onda de LS 85 TV Canal Trece el 11 de enero de 1990, tras haber resultado ganadora del concurso para la adjudicación de esa licencia. Quedó inaugurada así, una nueva etapa privada en la televisión argentina.

Tecnológicamente, Canal Trece fue la compañía pionera en transmitir la programación en estéreo, estableciendo el que hoy es el estándar de la industria.

Además, inició la práctica de emitir en un segundo canal de audio SAP con el idioma original del programa y de convertir a digital su planta de producción para generar programas de máxima calidad técnica. Fue el primero en implementar el sistema "ghost cancelling" que permite recibir imágenes sin fantasmas, y en incorporar experimentalmente el sistema "close caption" que permite seleccionar el subtítulo de un programa favoreciendo, especialmente, a los televidentes hipoacúsicos.

Fue también el encargado de implementar los Centros de Arte Electrónico y de Efectos de Sonido en la televisión argentina.

La inversión en tecnología digital comenzó a concretarse en 1998. El 31 de diciembre de 1999, el canal transmitió en alta definición las escenas grabadas en las Cataratas del Guazú y en el Glaciar Perito Moreno

que formaron parte de "El Día del Milenio", el programa más importante en la historia de la televisión mundial. Fueron 26 horas que celebraron la llegada del año 2000 en una transmisión que unió a las 60 cadenas de televisión más importantes del mundo.

Durante esa transmisión, Canal Trece ganó el rating durante todo el día, con picos de 20 minutos, algo inusual en la historia de la televisión un 31 de diciembre. Para formar parte de este acontecimiento, trabajaron cerca de 600 empleados.

En una permanente apuesta a la innovación, el 27 de octubre de 2004 Canal Trece puso al aire "Sin código", la primera miniserie realizada en alta definición en la Argentina.

Producto

Por la calidad de sus contenidos, Canal Trece es sinónimo de una televisión seria, cálida y creíble. Tradicionalmente, la identidad de su pantalla se conso-



lido a partir del talento de sus figuras y la creatividad de sus programas que impusieron un nuevo estilo en el campo audiovisual.

En el terreno informativo, el canal cuenta con un equipo periodístico que día a día trabaja para producir y poner al aire los noticieros más vistos de la televisión local.

Para la producción de sus ciclos de entretenimiento y de ficción, Canal Trece confía tanto en sus propios equipos como en productoras nacionales e independientes, que trabajan con similar calidad y tecnología de avanzada.

La cobertura deportiva es otro de los ejes centrales de la programación. El nivel técnico y de producción de sus transmisiones -especialmente las de fútbol- le permiten mantener el liderazgo en este segmento.

Desarrollos recientes

En los últimos años, Artear, la empresa productora del canal, ha coproducido numerosos filmes que fueron suceso tanto en las pantallas locales como en prestigiosos festivales internacionales. Actualmente, participa en tres productoras de cine y televisión de fuerte peso y amplia trayectoria en la industria local: Pol-ka, Patagonik Film Group e Ideas del Sur.

Canal Trece se caracteriza por la innovación constante en formatos y contenidos. Una de las últimas novedades que revolucionó a la televisión local fue la convocatoria a Diego Maradona, el máximo ídolo nacional, para conducir un programa semanal. Con una producción que reúne los más altos estándares a nivel mundial, el ciclo ("La noche del 10") logró ratings históricos para la televisión argentina.

En el último tiempo, Canal Trece inició un plan

de expansión hacia el interior del país. Participa, por ejemplo, de los canales 12 de Córdoba y 7 de Bahía Blanca. Para ellos produce programas locales de alto interés y calidad. El canal también conformó una alianza comercial y de contenidos con el Canal 10 de Río Negro. Esta estrategia permite a su vez desarrollar el mercado publicitario del interior del país y ofrecer una oferta más federalizada a los anunciantes.

Promoción

La imagen institucional es la principal responsabilidad del Departamento de Comunicación e Imagen de Canal Trece. El sector está integrado por un equipo de redactores creativos, diseñadores gráficos, editores, fotógrafos, productores, locutores, especialistas en prensa y medios y un Centro de Arte Electrónico reconocido mundialmente. Ellos son los encargados de desarrollar estrategias de comunicación, crear, producir y realizar las campañas institucionales, generar y organizar lanzamientos de programación y presentaciones de prensa y promocionar diariamente los contenidos del canal en los distintos medios.



En los últimos años, Artear, la empresa productora del canal, ha coproducido numerosos filmes que fueron suceso tanto en las pantallas locales como en prestigiosos festivales internacionales. Actualmente, participa en tres productoras de cine y televisión de fuerte peso y amplia trayectoria en la industria local: Pol-ka, Patagonik Film Group e Ideas del Sur.

Valores de la marca

Una pantalla de entretenimiento e información, consustanciada con la identidad argentina y caracterizada por el nivel de su producción, cosecha como resultado una audiencia fiel y anunciantes que eligen estar comercialmente en la señal.

Día a día, el público encuentra en las propuestas de programación de Canal Trece una cálida compañía que lo hace sentir "como en casa", tal como propone uno de los últimos slogans.

Además de la cercanía con su audiencia, hay otros motivos que hacen del canal una marca líder de la televisión local. Entre ellos se encuentran el prestigio

de sus conductores, la innovación en formatos y contenidos y los altos estándares de calidad aplicados a sus propuestas de entretenimiento.



www.canaltrece.com.ar

Lo que usted no sabía sobre Canal Trece

- Canal Trece llega a todo el país y la región a través de una red de canales propia y de convenios de programación. Actualmente, son 15 los canales abiertos de la Argentina y cuatro del exterior los que adquieren su programación, y más de 750 canales del país toman la señal por vía satélite.
- Más del 75 % por ciento de la programación es de producción nacional. Más allá de las apuestas en el terreno de las noticias, la ficción y el deporte, el canal emite ciclos dedicados a la educación. Las propuestas invitan a reflexionar sobre diversos aspectos de la realidad educativa y conocer cómo funcionan los medios de comunicación desde adentro.



- A beneficio de Unicef y con el acompañamiento de la Fundación Noble, del Grupo Clarín, Canal Trece transmite "Un sol para los chicos", un programa especial para recaudar fondos a favor de la niñez. Desde el inicio de la campaña ya se han reunido más de \$ 13 millones.

