

**LIBERTAD TOTAL.
CONTROL AL DETALLE**

**La mejor forma de
programar tus contenidos.**

VSNcrea es el sistema web y multi-tenant de tráfico y planificación ideal para planificar tu parrilla de programación para todo tipo de canales (lineal o no lineal).



Gestiona todo tu catálogo de contenidos y publicidad de forma visual e intuitiva



Planifica tu emisión por TV tradicional y/o plataformas VOD, OTT y Web TV



Automatiza la gestión y publicación de campañas de publicidad en base a reglas inteligentes para maximizar su rentabilidad



Integra tu sistema de tráfico y planificación con terceros sin límites



Analiza el rendimiento de tus contenidos y publicidad desde el módulo de analíticas

Reserva tu demo sin compromiso:

vsn-tv.com/es/hablemos





Edición Cono Norte & USA

APTC del Perú y ComuTV de Colombia, Dataxis Sport Series y la Expo SCTE-ISBE virtual con los mejores MSOs de la región



Esta nueva edición digital de octubre de nuestra revista **Prensario Internacional**, estará apoyada en un nuevo evento virtual desde el 5 de octubre en www.expoPrensario.com con stands gratis para nuestros anunciantes y tres semanas de promoción. Tiene varias funciones para la industria regional a la que habitualmente sirve **Prensario**, que aparecen sumadas con un foco geográfico específico en el Cono Norte de nuestra región y USA.

Cono Norte con Perú, Colombia y México

Es el Cono Norte, pues busca no dejar poner foco en un momento de este año particular en los operadores de dos eventos de pay tv que debieron suspenderse primero en abril/mayo y luego en este octubre.

Por un lado la Cumbre de la **APTC** como la **Asociación de Operadores Independientes del Perú**, un evento que se consolidó hace muchos años y sigue mostrando siempre su importancia a la par del que el mercado Peruano es otro que se mantuvo en su vigencia. Para esto no es menor que es el mercado base para **Telefónica/Movistar**, que además en su particular momento en la región hizo una especial reingeniería en su grilla de señales en Lima y tenemos reportado a su gerente de programación **Gonzalo Arrisueño** como protagonista regional exclusivo para esta edición de **Prensario**.

Y también **ComuTV** de Colombia, que con su organizador Sergio Restrepo por primera vez iba a reunir tanto a los operadores del sector

comunitario que tienen poca representación en otros eventos, como a los concesionarios con fines de lucro.

Como tercer componente, sumamos elementos que nos quedaron pendientes de México tras nuestra gran edición de **Prensario Mexca** en julio, como son nuevos lanzamientos de **Megacable, StarTV** y el trabajo de señales de **Totalplay**. Estos mercados también tienen usualmente para esta etapa sus eventos de broadcasting, **TecnoTV** de Colombia y **Expotec** de Perú, por lo cual es bueno llegar a ellos también.

USA con Dataxis Sport Series, la SCTE Virtual y los mejores MSOs de la región

Pero esa mirada Cono Norte suma otras zonas geográficas como USA y otros países de la región. Esto pues busca sinergizar por un lado, con el seminario de **Dataxis Sport Series** siguiendo todas las grandes tendencias de la pandemia y la importancia que han cobrado las transmisiones de deportes en vivo y por streaming en la nueva era del OTT. Y en segundo lugar, por la edición virtual de la expo **CABLE TEC SCTE** de ese país, que siempre reúne la dirección técnica de los mejores

MSOs de Latinoamérica, que viajan para reunirse con los que toman las grandes decisiones en las marcas para dar broadband y el mejor wifi. Como la IBC en Ámsterdam, que cubrimos el mes pasado y aquí traemos su balance, la versión virtual de la **SCTE** tendrá lugar del 12 al 15 de octubre con participación de **Telecom** de Argentina que presentó **White papers** y conferencias en español.

La parte formativa de la **SCTE** también es muy importante y le damos un lugar preferencial a su Chapter para Latinoamérica, además de hacer nuestra tradicional sección de **Latin Buyer Survey** con los mejores CTO's que suelen viajar a Estados Unidos y que este año la seguirán desde sus casas.

Esperando a CAPER

Si bien no está dentro del foco regional elegido, y centraremos la cobertura de este evento broadcast de Argentina con nuestra siguiente edición de Noviembre, que tiene foco en el Cono Sur, no podemos dejar de incluir una referencia pues sus seminarios tendrán lugar del 19 al 30 de octubre. Incluso uno de sus paneles será moderado por **Alejo Smirnoff** de **Prensario** por invitación de **Domingo Simonetta** de **SVC**.



Latam Northern Cone & USA

This October digital edition of **PRENSARIO INTERNATIONAL** is teamed up with our virtual expo **Latam Northern Cone & USA**. available at www.expoPrensario.com from Monday, October 5th.

We call it **Latam Northern Cone & USA**, because the Latin American Northern Cone includes reports from operators related to two trade shows that have been cancelled this year due to the pandemic: **APTC** in Peru and **ComuTV** in Colombia.

Peru is an important market, not only because of its independent operators, many of them having joined **APTC**, but also because of **Telefonica's** affiliate, a leader at the pay TV and telecommunications market. Telefonica has achieved a lot with its Pay TV service in Lima, **Gonzalo Arrisueño** is interviewed about it.

The Mexico section features interviews with **Megacable, Startv** and **Totalplay**. This October issue is also focused on the United States, in addition to

Latin America, due to the **Sport Series** by **Dataxis** and the virtual **Expo Cable Tec SCTE** version, with all the best Latin American MSOs in the region. Our traditional **Latin Buyer Survey** section interviews their CTOs.

Last but not least, it is important to remark that next month we will focus on **CAPER** Argentina, through our digital magazine and virtual expo for the Southern Cone.

Ole DISTRIBUTION

Una sólida trayectoria, con una nueva **visión hacia el futuro.**

NUEVOS RETOS • GRANDES CANALES • NUEVAS EMOCIONES





Telefónica apuesta todo con Movistar Total

La primera oferta 4Play del mercado

Para este especial de PRENSARIO, dialogamos con **Gonzalo Arrisueño**, Gerente de Contenidos para Hispanoamérica de Telefónica.

Sobre la actualidad de **Movistar** y **MovistarPlay** en Perú, el ejecutivo dijo: 'Movistar en Perú sigue siendo líder en conectividad, tanto en el segmento móvil como para el hogar en el territorio. Dentro de esta oferta de servicios integrados, la Televisión Paga sigue siendo fundamental en el crecimiento de la compañía, así como el desarrollo de contenidos propios y exclusivos. Movistar Play ha llegado para complementar esta oferta, tomando como base la nueva forma de consumir el contenido por parte de nuestros clientes, y cuya estrategia es ser el "hub" del mejor contenido bajo demanda y en vivo del mercado.



Referente del mercado peruano

'En Perú, Movistar cuenta con 13,8 millones de accesos móviles, 1,7 millones de internet y datos y 1,3 millones de accesos de TV Paga. Dentro de esta pandemia, Telefónica, al igual que toda la industria de telecomunicaciones, se ha visto impactada y esto ha producido ajustes en el volumen de abonados de TV Paga. Igualmente, estamos abocados, con la ayuda también de todos los actores de la industria, en poder revertir esta situación a corto plazo y encarar nuevamente la vía de crecimiento.

La evolución que sí hemos podido capitalizar en estos meses se ha dado vía el consumo de contenido, tanto en el encendido tradicional de señales en vivo, como de los títulos bajo demanda que ofrecemos en Movistar Play'.

Oferta 4Play con Movistar Total

'En Perú, la estrategia pasa por la convergencia, la cual denominamos **Movistar Total**.

Movistar Total es la primera oferta 4Play de mercado. Esto último es muy importante para nosotros ya que abre la posibilidad de masificar el contenido a millones de clientes móviles a través de Movistar Play, para que puedan disfrutarlo en el momento que ellos deseen a través de una experiencia integral de consumo.

Esta estrategia de cara a la convergencia total de servicios se va a ir desplegando en más territorios próximamente.

Nuevo enfoque en la oferta de contenidos

'El proceso de reingeniería de la estrategia de Contenidos parte de una premisa base: el modelo actual de negocio se está transformando. Durante ya muchos años el ARPU del negocio de la TV Paga ha ido disminuyendo consistentemente. Y por otro lado nuestros costos, principalmente de contenido y técnicos, han ido en aumento. Por lo cual, la TV Paga ha visto erosionar fuertemente su rentabilidad.

Esto ha hecho que nuestra oferta de canales refleje las exigencias que equilibren el negocio. Esto además es un trabajo que toma meses poder implementar ya que tenemos en primera línea una responsabilidad con el cliente para que no vea afectada la calidad de programación que recibe en su servicio.

Esta estrategia y realidad de mercado la tenemos en todos los países donde operamos con el negocio de TV Paga, por lo cual el cambio que buscamos en la industria es a nivel de toda la región.

Estamos muy satisfechos con los nuevos socios de contenido que tenemos en la región. Puntualmente en Perú ha sido toda una revelación el canal **D Drama** de novelas turcas, cuyo contenido tuvo mucha relevancia en la TV abierta, y que hoy esa audiencia ha migrado a la TV Paga.



Gonzalo Arrisueño, gerente de contenidos para Hispanoamérica de Telefónica

Estrategia de contenido y futuro de la industria

'El proceso de evaluación de señales es continuo y en todos los países de la región. Por lo cual vemos que en el futuro van a haber oportunidades para el lanzamiento de nuevas señales que realmente generen valor a la oferta de contenido. Adicionalmente es cierto que ahora el análisis también pasa por "econdular" los hábitos de consumo de nuestros clientes. Es decir, la oferta tradicional de 150 señales lineales ya no es un driver de contratación. Más canales no significa mejor contenido.

Creo que estamos en un punto de inflexión para la industria de la TV Paga, en donde nos estamos planteando escenarios que hasta hace pocos años atrás era improbable de plantearlos, esto con el fin de seguir apostando por este negocio con visión de largo plazo. Para ello no solo el esfuerzo tiene que centrarse en este lado de la mesa, sino también de toda la cadena de valor de la industria. De lo contrario, la desaceleración y caída de la TV Paga en la región tomará mayor velocidad como ya se ve en otros mercados'.



SOMOS LO QUE QUIERES VER



¡REGÍSTRATE!

Participa con nosotros en

Ponencias | Negocios | Novedades Networking



vetvazteca.com





APTC: Prioridades de trabajo para los operadores independientes del Perú



Busca ampliar la base de 63 socios actuales y hacer la Cumbre 2021 en Abril

Emilio Rossi, director ejecutivo de APTC, entró a la Asociación Peruana de TV por Cable hace tres años durante la gestión de **Demóstenes Terrones** y luego siguió con el regreso de **Daniel Segovia**, de **Econocable**, a la presidencia de la entidad que había inaugurado ya tanto tiempo atrás. 'Actualmente contamos con 63 empresas asociadas cuyas operaciones se encuentran diversificadas en todo el territorio peruano. Definitivamente estamos realizando esfuerzos por ampliar nuestra gama de asociados y así fortalecer a la APTC tanto de cara a los proveedores como con el Estado', destacó.

'Además, nuestro actual presidente **Daniel Segovia** siempre ha mostrado un gran respeto por aprender de las experiencias internacionales y, por ello, hemos decidido formar parte de la creación de la Cámara Latinoamericana de Telecomunicaciones, con asociaciones de México, Centroamérica y Sudamérica, para plantear salidas regionales para el desarrollo de la industria de las telecomunicaciones'.

Trabajo de pandemia sin la Cumbre 2020

Esto dice: 'Contar con Daniel Segovia nuevamente como Presidente definitivamente es una experiencia importante. Creo que Daniel es un empresario de éxito en el rubro de las telecomunicaciones en el Perú y el, así como sus socios, deben estar muy orgullosos de los avances que ha logrado su empresa brindando servicios de televisión por cable como con los servicios de internet. Esa experiencia puede seguir siendo brindada en la gestión de APTC.

Nos permitió tomar decisiones durante esta pandemia y así poder seguir cumpliendo los fines de la asociación a distancia de nuestros asociados y tener un plan a futuro que nos permite planear con mucho entusiasmo la siguiente cumbre para el 2021 para nuestra fecha de siempre en abril.

Comenzamos con una agenda pero dichos planes se vieron frustrados por la pandemia y, por ello, hemos tenido que buscar salidas momentáneas y creativas para poder seguir cumpliendo los fines de la Asociación, tanto desde el punto de vista comercial como de capacitaciones.



Daniel Segovia, Presidente de APTC



Emilio Rossi, director ejecutivo de APTC

En ese sentido, al haber tenido que suspender la edición 2020 de la Cumbre, hemos buscado coordinar con diferentes especialistas y marcas para que puedan seguir en contacto con nuestros asociados, pudiendo brindar las últimas tecnologías tanto desde la óptica técnica como comercial'.

Falta de visión del estado peruano

'El Estado Peruano ha sido muy intransigente con los cableoperadores de nuestro país, básicamente ofreciendo créditos a algunas empresas, y no llegando al problema central que puede tener una pequeña o mediana empresa que brinda servicios de cable e internet y cuyos clientes, en muchos casos, han perdido la capacidad para pagar por sus servicios.

El Estado no ha tenido en cuenta la importancia de que los asociados de APTC han llevado la educación a distancia a los lugares más alejados de nuestro país a través del cable e internet y, el gobierno, con una visión cerrada, sólo emitía normas para que los clientes puedan evitar pagar por el servicio, pero sin pensar en buscar salidas para dar sostenibilidad, ni darse cuenta del potencial de socios estratégicos que tiene en cada uno de los asociados de la APTC'.

Ante los programadores como asociación

'También, hemos tenido (como asociación) una mala experiencia con algunos programadores que en ningún momento respondieron los pedidos para conversar y buscar salidas, y prefirieron hablar directo con algunas empresas.

Asimismo, podemos decir que en una si-

tuación como la actual, donde las finanzas de las empresas están golpeadas y sumado, a que muchos sustitutos al servicio de televisión por cable se presentan en la actualidad y en el futuro próximo, se debe buscar apoyar a la industria para que su mayor costo que es la programación pueda reducirse. Y desde el lado del cableoperador, se debe buscar ser más eficientes en sus costos y ofrecer servicios dúo (cable e internet), OTT y diferenciarse con, por ejemplo, contenidos propios'.

Contra la informalidad

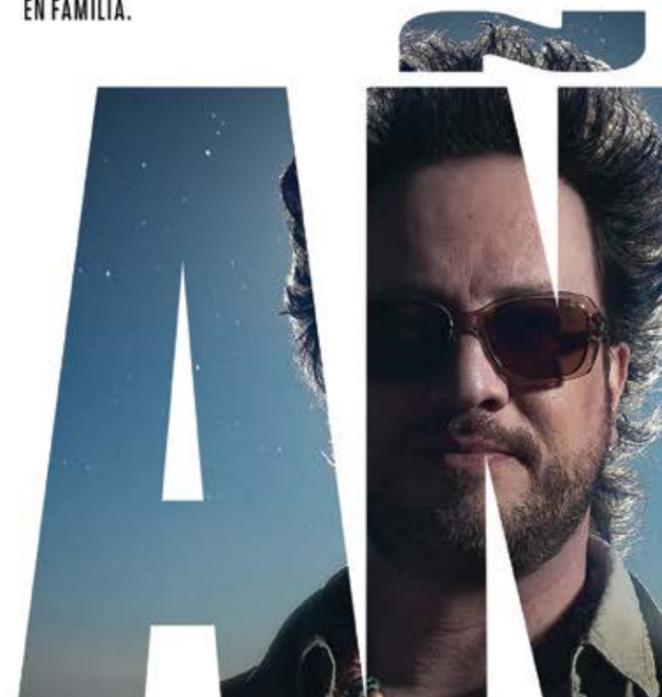
'La informalidad traducida como competencia desleal es un problema para los asociados de APTC puesto que les genera un esfuerzo adicional para poder seguir en el mercado, teniendo de un lado a un consumidor que muchas veces sólo analiza precios y, del otro lado, tiene un Estado que no se preocupa por la salud de la industria que llega a los lugares más alejados del Perú con inversión nacional.

Es muy importante que los asociados de APTC puedan conocer las últimas tecnologías y tendencias de negocios en el rubro de telecomunicaciones para lo cual consideramos que nuestra Cumbre APTC (así como los eventos internacionales) son de gran ayuda, y así poder llevar el mejor servicio a sus clientes.

En resumen, los asociados de APTC deben seguir logrando eficiencia en su negocio, brindar el mejor servicio posible, incluir el servicio de internet y crear contenidos propios para competir contra la informalidad y para ello es importante el apoyo de los programadores, proveedores de tecnología, el Estado y los especialistas que pueden asesorar a las empresas para lograr sus metas'.



20 AÑOS EN FAMILIA.



20 AÑOS DE EXPLORACIÓN.



20 AÑOS SOBRE FUEGO.

CONECTANDO EL PASADO CON EL PRESENTE.





Best Cable se solidarizó con sus abonados

Creció con HFC, fibra óptica y FTTH

En este año de pandemia y de cara a las ediciones de www.ExpoPrensario.com para Perú y el Cono Sur, es importante contar una vez más con un referente de la operación independiente en Perú como es **Demóstenes Terrones de Best Cable**.

Destaca que para afrontar la pandemia fueron clave los préstamos que les hizo el gobierno peruano (Reactiva Peru) y que les permitió llevar a sus plazas mejor internet como un servicio esencial.

Esto dijo a Prensario: 'Yo estaba un poco rezagado y la situación nos ha permitido dar un salto grande como proveedores de internet, pues había una necesidad grande al tener que usarlos todos para estudiar y trabajar.'

Contamos con uno de los mejores proveedores de banda ancha a nivel mundial **Century Link**, este año hicimos un cambio total de tecnología para responder a esa necesidad. Llevo años metiendo primero HFC, luego Fibra óptica y ahora también sumamos FTTH, así que estamos brindando internet tanto con Dcois en algunas plazas y como

en otras FTTH'.

'Además del servicio de Best Cable en Lima, sus conos y otras plazas, también atendemos otras ciudades con North Telecom SAC cubriendo todo el departamento de Lambayeque y Redes Multimedia Peru SAC, que cubre el departamento de La Libertad,' comentó.

Respecto al apoyo de las señales en esta etapa, sostuvo: 'Muchos han sido empáticos con nosotros y otros no, pues la pandemia nos golpeó con una crisis en las cobranzas de sus suscriptores. Quiero destacar mucho el apoyo de **Marcelo Rizzato de Fox/Disney**, como también de todo el equipo de **Discovery** para el Perú'.

Nuestras propias señales como **Best Cable Televisión Canal 3**, **Best Cable Sports** y tres canales de música segmentados por cumbia, folklore y música romántica nos sirvieron para fidelizar a los clientes, frente a las muchas empresas informales que nos están compitiendo'.

'También no podemos dejar de mencionar al grupo **Televisa**, **Pay TV**, **Azteca** y **DHE** los



Demóstenes Terrones

cuales se solidarizan con nosotros' agregó.

'Fuimos la primera empresa peruana que comunicamos a nuestros abonados, por lo diferentes medios de comunicación, que no les cortaríamos el servicio y solo los invitábamos a nuestras oficinas a solicitar el financiamiento de sus deudas, acto que cayó muy bien a nuestros abonados ya que realmente nos debemos a ellos, después de ello, las transnacionales hicieron lo mismo.'

Respecto a la **APTC**, sostuvo que tras haber estado involucrado como presidente por dos períodos consecutivos y antes con la presidencia de **Ovidio Rueda**, dijo que que ahora está un poco más alejado para dejar gestionar a **Daniel Segovia de Econocable**, quien recuperó la presidencia que tenía en los primeros años la asociación, por lo que sabe que está en buenas manos. Lo que destaca de su legado es que dejó a **APTC** con su oficina propia en la mejor zona de Lima, en el Centro financiero del distrito de Magdalena.



Imágenes de APTC 2019



Mauro Zamora, Henry Okumura y Jorge Vargas, de Perú, con Daniel Llewelyn-jones de HBO



Jorge Vargas, de Econocable; y Juan Isuiza, de Unión de Compras del Perú



Ovidio Rueda, de TV Cable Perú, y José Miguel Ramírez



Anamías Escamilo



Marlon Granda, nuevo representante de Televisa Networks en Perú, con Juan Carlos Rojas Garibay y María Cristina Velázquez, de Televisa Networks



Marcelo Bresca, de Frida Media; y Fernando Peña Vidalón, Director de Cablevisión

Best Cable

Adquiere ya tu **DÚO**
¡80 canales con internet ilimitado en tu hogar!

6
MPBS

8
MPBS

12
MPBS

20
MPBS

30
MPBS

Solicítalo al teléfono: **(01) 640-9380**

Canales Exclusivos





LOST

SYFY



FATE & FURIOUS 8

STUDIO
UNIVERSAL



DEVILS

UNIVERSAL
TV

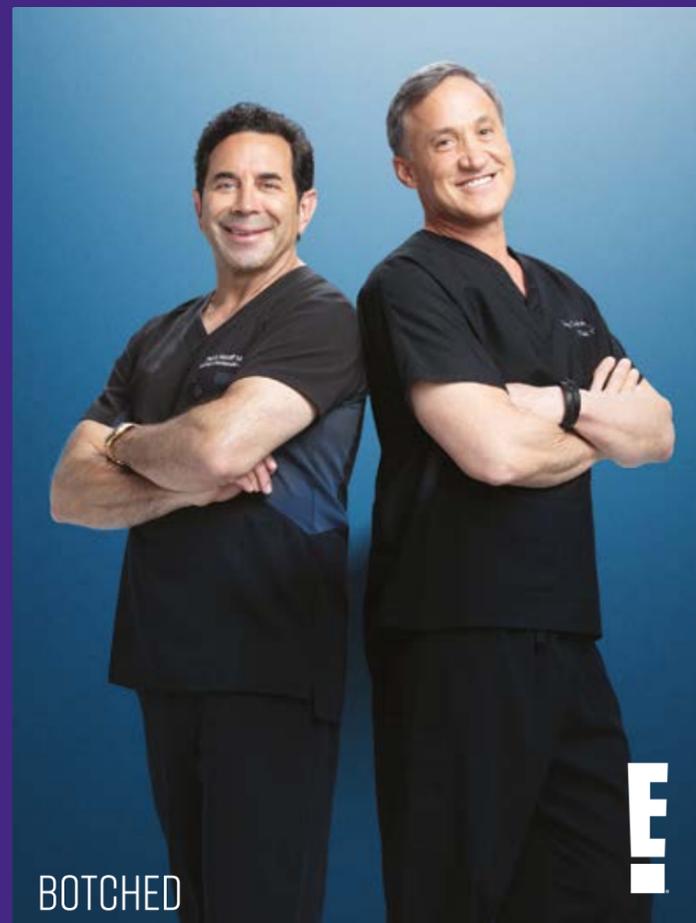


PREMIOS
billboard
DE LA MÚSICA LATINA

LIVE

PREMIOS BILLBOARDS

TELEMUNDO
INTERNACIONAL



BOTCHED

E!

EN OCTUBRE,
GRANDES ESTRENOS

NBCUniversal
INTERNATIONAL
NETWORKS

TELEMUNDO
INTERNACIONAL

STUDIO
UNIVERSAL

UNIVERSAL
TV

SYFY

E!

SCTE • ISBE se realizará de manera virtual por primera vez



Matt Aden, vicepresidente de ventas y operaciones

CTE • ISBE Cable-Tec Expo se realizará de manera virtual por primera vez, a menos de un mes de distancia, un elenco internacional de MSOs y organizaciones de cable han aportado patrocinio para garantizar que el evento llegue a la audiencia más amplia posible.

Matt Aden, vicepresidente de ventas y operaciones, **SCTE • ISBE** dijo: ‘Si bien todos extrañaremos el espíritu colaborativo y la camaradería de un evento en vivo, **Cable-Tec Expo Virtual Experience** representa dos oportunidades: compartir contenido educativo rico con una audiencia mundial y demostrar el valor de la Expo a nuevos asistentes potenciales. Estamos agradecidos con todos nuestros patrocinadores por el papel que están desempeñando para hacer posible esta versión histórica de la Expo 2020, y esperamos estar en el lugar nuevamente cuando Cable-Tec Expo regrese a Atlanta del 11 al 14 de octubre. 2021’.

Patrocinadores principales

Liberty Global en Europa, Midco en

los Estados Unidos, **Millicom** en Latinoamérica y **Rogers and Shaw** en Canadá, así como **National Cable Television Cooperative**, se han convertido en patrocinadores del evento que se realizará del 12 al 15 de octubre. **Charter Communications**, **Comcast**, **Cox Communications** y la Fundación **SCTE** previamente también habían patrocinado la expo virtual para que fuera gratis para todos los asistentes.

El formato virtual permitirá a cientos de miles de profesionales del cable, así como a estudiantes y otras audiencias de todo el mundo, participar en el evento de la industria desde sus hogares y oficinas. Los aspectos más destacados incluyen una demostración de apertura de tecnología innovadora; 40 talleres del

Foro Técnico de Otoño, con 119 presentaciones; y comentarios de muchos de los ejecutivos más importantes de la industria, incluido **Michael Powell**, presidente y director ejecutivo de **NCTA** (Asociación de Internet y Televisión), **Tom Rutledge**, presidente y director ejecutivo de **Charter Communications**; **Dave Watson**, presidente y director ejecutivo de **Comcast Cable**; y **Mike Fries**, director ejecutivo y vicepresidente de **Liberty Global**.

Los conocimientos visionarios, la innovación técnica y el aprendizaje compartido siguen siendo las piedras angulares del evento anual, que este año pide a los asistentes “Imaginar las posibilidades” para el futuro de la conectividad. Además del Foro Técnico de Otoño y la Sesión General de Apertura, Cable-Tec Expo Virtual Experience contará con una Experiencia de Aprendizaje y Desarrollo, presentaciones enfocadas en el futuro en **Imagine Zone**, una galería de expositores interactiva, y la celebración anual de premios **SCTE • ISBE**. La Expo 2020 está copresidida por Ed

Marchetti, VP Senior de operaciones de **Comcast**, y **Tom Monaghan**, VP Senior de operaciones de campo de Charter Communications.

Seminarios destacados

El miércoles 14 de octubre se presentará “Encontrar la “nueva normalidad” “Los efectos de transformación de COVID-19 en nuestros modelos comerciales fundamentales. En esta sesión de dos partes con **Rob Howald** de **Comcast** y **Javier Ger** de **Telecom Argentina**, los participantes verán los números sin procesar de la red, ya que el trabajo desde casa, la escuela desde casa, y las “horas felices virtuales” se convirtieron en comportamientos cotidianos. El jueves 15 de octubre, la “Sesión de habla hispana | Por qué los MSO latinoamericanos se están conectando a la migración FTTH”, será presentado por **Corning**. Se presentaran varios ejemplos que destacan cómo la migración puede tener éxito al aprovechar las soluciones preconectadas para una implementación FTTH rápida, confiable y rentable. “Cómo la inteligencia artificial y el aprendizaje automático están mejorando la prestación de servicios y operaciones”, es otro de los seminarios destacados del jueves. En el mismo se podrá ver la forma en que los operadores están aplicando la inteligencia artificial, el aprendizaje automático y sus ramificaciones para mejorar las operaciones y la prestación de servicios. Con ingenieros de **Telecom Argentina**, **IMMCO** y **Charter**. **Claudio Righetti** abrirá la sesión con una mirada a un viaje que comenzó con el análisis de datos y luego pasó a ML, AI e “inteligencia aumentada”, donde las personas y las máquinas trabajan juntas para lograr un mayor valor comercial. A continuación, **Keith Hayes** explicará cómo AI y ML pueden beneficiar a los 300,000 nodos HFC que operan actualmente en los EE. UU.



Maximice el potencial de su red para los usuarios del futuro



COMMSCOPE®



Capítulo CALA de la SCTE-ISBE, el que más creció el año último

Se prepara para la edición virtual de la Cable-Tec con sus más de 400 miembros latinos

De cara a la Expo Cable-Tec SCTE-ISBE virtual de este 2020, es muy relevante haber conversado sobre la participación de Latinoamérica con **Steve Harris**, Executive Director, Education and L&D Sales, y **Rolando Barja**, responsable del capítulo CALA de la asociación de ingenieros de Estados Unidos. Ellos acompañados por Marcelo Vaisman y Marcelo Alfieri, como responsable de los programas de capacitación del capítulo para nuestra región.

Steve habló sobre esta primera edición virtual: 'Todos pueden participar de manera gratuita, los showcases aportan cosas y podemos hacer crecer la comunidad de los vendedores. Creo que podemos conseguir más gente pues tenemos también a la mejor gente con todos los operadores de este momento. La comunidad de MSOs de Estados Unidos nos apoya participando— *Liberty Global, Midco, Rogers, Shaw,*

y *Millicom* incluso para Latinoamérica— en todas las actividades para los CTOs.

También son importantes las sesiones internacionales, tenemos sesiones en español y otras entidades como la NCTA siguen participando. No se puede reemplazar al contacto personal, pero hay cosas que quedarán para el futuro como la mayor conectividad virtual y la chance que las sesiones queden grabadas. Hablando de Latinoamérica, esperamos más

participación que en las exposiciones presenciales, pues pueden hacerlo sin importar si son miembros o no y sin viajar'.

La principal conferencia en español es este año patrocinada por Corning respecto a la migración a FTTH. De esto aportó Steve: 'Mi experiencia es que con cada red hay que hacer lo mejor que se pueda y depende del estado de cada una. Si estás haciendo los

primeros pasos la mejor opción puede ser ir a FTTH, pero si está avanzado es mejor seguir con Docsis. Igualmente hay toda clase de infraestructuras con GPON. Poner FTTH da más flexibilidad escalable para el futuro, pero en la SCTE estamos trabajando con nuestro nuevo estándar **GAP (Generic Access Platform)** que mejora la flexibilidad de Docsis y mejora el Wifi para las nuevas necesidades —ver recuadro—'.

Más de 400 miembros del Chapter CALA

Agregó **Rolando Barja** sobre el Capítulo latino de la SCTE: 'Somos un equipo con Steve y todos los demás. Hemos cumplido con las metas desde hace varios años, con concederle hace tres años ser un Capítulo



Rolando Barja, Steve Harris, Marcelo Vaisman y Marcelo Alfieri en el zoom con Prensario antes de la Expo SCTE virtual

y el año pasado tuvimos el privilegio de ser el capítulo de mayor expansión en un año con más de 400 miembros.

Hace dos años empezamos con ciclos de seminarios en español, este año ya haremos el sexto y **Marcelo Alfieri** está convocando para el a toda la región con temas interesantes para todos. Tenemos planeado ya el calendario hasta el primer cuarto del año. Para esta edición virtual, estamos convocando a los principales operadores y vendedores de la industria, y uno de nuestros webinar mensuales que van de marzo a diciembre se hace con la muestra. Barja agregó como caso de éxito que en los seminarios de la SCTE, casi 300 alcanzaron las mejores certificaciones.

Además, pese a ser tantos miembros en casi todos los países tenemos un grupo de Whatsapp que se ha convertido en un foro de discusiones e intercambio de experiencias, donde casi todas las semanas un técnico comenta alguna operación. Es parte de los objetivos iniciales de capacitación y formación de estándares, que también trabajamos con eventos como Andina Link y Jornadas de Argentina, donde un día está reservado a nuestros seminarios', remarcaron.

También que se está avanzando con la parte de LMS (Learning Management System) para ver no sólo en los seminarios la parte de hardware de 5G, FTTH y Docsis 4.0 sino contenido de software relacionado con la interacción con las redes sociales.



USTED. NOSOTROS. JUNTOS.

Hacemos que la comunicación suceda.

La GAP de la SCTE-ISBE

SCTE · ISBE formó el Grupo de trabajo de la Plataforma de acceso genérico (GAP) para acelerar la innovación mediante la definición de interfaces comunes dentro de las carcasas de los nodos que admiten módulos enchufables que se ajustan a las especificaciones físicas, térmicas, mecánicas y eléctricas de GAP.

La iniciativa GAP está diseñada para permitir que los MSO trabajen con los mejores proveedores para agregar nuevas funciones y servicios para acceder a los nodos a través de un módulo simple en el campo o actualizaciones de software. Este enfoque abierto, modular y estandarizado permite a los operadores de cable acelerar las actualizaciones de tecnología, brindar múltiples servicios utilizando una plataforma de un solo nodo, facilitar la migración a un modelo de computación de borde, reducir el inventario y aumentar la velocidad del servicio.



Para más información:

www.ptsupply.com



Contáctenos al:

1-800-238-7514



Via email:

marketing@ptsupply.com

Telecom impulsa a la transformación digital de la compañía

Gran participación del grupo argentino en SCTE

En el marco de su participación en la SCTE-EXPO de este año, **Telecom** habló con Prensario sobre su adaptación de trabajo en la pandemia y sus prioridades a futuro. Uno de los comentarios destacados, es la situación de aislamiento provocada por la pandemia, que obligó a acelerar el camino de transformación que ya venían transitando desde hace varios meses, focalizados en la adaptación de los sistemas, con proyectos estratégicos que atraviesan los procesos de toda la organización e impulsan la completa transformación digital de la compañía.

‘En este tiempo nos adaptamos para asegurar el bienestar de nuestros más de 23.000 empleados, así como también garantizar la conectividad de nuestros 29 millones de clientes, para que pudieran seguir con sus actividades laborales, educativas y de entretenimiento. Las importantes inversiones de Telecom Argentina en los últimos años hicieron posible que sus redes pudieran soportar el crecimiento del tráfico de datos, que tuvo picos del 50%, sin que las redes colapsaran’.

En tiempo récord, lograron adaptar su operación con modalidades de trabajo remoto, e implementar procesos comerciales que llegaron para quedarse. Más del 70% de sus colaboradores están realizando home-office. Para aquellas tareas que no pueden realizarse a distancia, la empresa reforzó la limpieza y desinfección de los lugares y puestos de trabajo, se minimizó el contacto interpersonal y se proveyeron métodos de higiene cumpliendo con el protocolo establecido por la Superintendencia de Riesgos del Trabajo. Redireccionando la atención comercial hacia canales digitales y telefónicos y gestionando el 80% del monitoreo y operación de red a distancia, para dar continuidad a los servicios durante la pandemia.

Bonificaciones a clientes y contribución al estado

Además, cuentan que acompañaron a



Miguel Fernández (CTO Telecom), Chris Bastian (SCTE), Jorge Salinger (Comcast), Christopher Lammers (CableLabs), Deepak Kanwar (Bells Labs)



los clientes con diferentes acciones, bonificaciones y beneficios en todas las líneas de sus servicios móviles, de internet y TV para que pudieran seguir comunicados, conectados, informados y entretenidos. También incluyeron de forma gratuita la aplicación de su plataforma de distribución de contenido, Flow, para que todos los clientes de Cablevisión puedan acceder a través de cualquiera de sus dispositivos (celular, Tablet, computadora, Smart TV). Con la intención de a través de Flow, Telecom contribuya en el desarrollo de las actividades de la vida familiar en el hogar con una diversificada propuesta de entretenimiento y acceso a contenidos educativos. En lo referido a programación, sumaron contenidos educativos. Ofreciendo contenido recreativo para los más chicos de la familia, con las más de 1.200 horas de contenidos de Disney, Nick, Cartoon Network y Discovery Kids, entre otros; y más de 110 horas de programas y documentales educativos. Además de contar con los contenidos educativos de la TV Pública, Canal Encuentro y con el regreso de Paka Paka a la grilla básica.

Por otro lado, desde la declaración de la emergencia sanitaria la empresa ha colaborado para acompañar al Estado con distintos aportes vinculados a la salud,

educación, asistencia social y prevención, que equivalen a más \$ 247 millones. Entre las principales iniciativas se destacan la conectividad y bonificación de servicio para hospitales, centros médicos ambulatorios y salas de salud en todo el país, a la Cruz Roja y al Banco de Alimentos. También bonificando los datos móviles en más de 2.900 dominios educativos y brindamos servicios gratuitos a más de 11.000 establecimientos educativos.

Prioridades para el 2021

‘En una época de incertidumbre y múltiples desafíos, en Telecom continuaremos potenciando la experiencia digital de nuestros clientes. “Te acompañamos para que puedas potenciar tu mundo”, no es solamente el propósito de nuestra compañía, es también nuestra estrategia de poner a los clientes en el centro de todo lo que hacemos. Con nuestros servicios estamos en el corazón de los hogares y de las empresas. Gracias a las TIC, existe una economía nueva, con un contacto cercano pero a distancia y una conexión que se hizo full life. Para eso, continuaremos avanzando con nuestros proyectos de transformación digital de todos nuestros procesos internos para ser más ágiles, eficientes y productivos y de esa forma poder responder a las exigencias de nuestros clientes, sean del segmento masivo o B2B.

Megacable: Grandes lanzamientos en el mercado con Xview+



Raymundo Fernández

Megacable se posiciona a la vanguardia de la industria con el lanzamiento de la versión 2.0 de **XVIEW +**, destacamos los comentarios de su Director General, **Raymundo Fernández**.

‘Los suscriptores de video tradicional durante el año 2020 se han visto estables en un número similar con el que contábamos en diciembre del 2019. Esto se debe principalmente a dos situaciones, la primera al enfoque de **Megacable** de empaquetar los tres servicios en una oferta de valor muy

atractiva para el cliente, y la segunda a que la emergencia sanitaria que hizo que las familias se quedaran en casa lo que trajo aparejado una apreciación del servicio de televisión de paga.

‘En lo que tiene que ver con nuestro servicio NGV interactivo llamado **Xview**, este sigue presentando crecimiento récord, rebasando ya el millón de suscriptores y con una muy buena adopción por parte del suscriptor de los servicios interactivos y del consumo de los contenidos en video en demanda’, remarcó.

Lanzamiento de Xview+

‘Vimos con mucha ilusión el lanzamiento de nuestro nuevo servicio **Xview+**, que es la evolución de nuestra plataforma de video de nueva generación. Estamos sorprendiendo al mercado con funcionalidades que nadie tiene, como encontrar todos tus contenidos de todas las plataformas en un sólo lugar, a través de un buscador universal que además

funciona con la voz y con calidad 4K’.

‘Xview+ une todos los contenidos de video en un solo lugar. La idea es contar con una experiencia de usuario atractiva, intuitiva y sencilla. Con Xview+ los contenidos de los canales lineales, de las plataformas Premium como **HBO** y **Fox**, de las plataformas de streaming como **Netflix** y **Amazon**, se encuentran en un mismo lugar, en una misma experiencia, soportada por la alianza con **Google**, ya que nuestra plataforma corre sobre **Android TV**’, destacó Raymundo.

No tenemos duda que este servicio nos conecta con las nuevas generaciones, así como con los suscriptores antiguos que verán una plataforma amigable y con buenos paquetes de bundle, para convertirnos en el mejor y mayor integrador de las nuevas apps que sumado al contenido tradicional de pay tv es una formula ganadora’, remarcó.



StarTV: La ola amarilla sigue creciendo con nuevos lanzamientos

EL DTH mexicano **StarTV**, que dirige **Bruno Pruneda**, lanzará el 1 de octubre varios cambios importantes en su oferta, agregando nuevos canales a su grilla, lanzando en HD los 5 canales abiertos de mayor audiencia, 25 canales de audio, su plataforma OTT Cosmic Video y ofreciendo una nueva App. Además relanzó su promoción “suscripción cero pesos”. ‘La ola amarilla sigue creciendo, StarTV se reinventa y se vuelve HD, sumamos más canales y mantenemos nuestros precios desde MX\$179 al mes (US\$8.1), además de que todos nuestros clientes pueden grabar contenido y poner pausa en vivo sin costo extra, somos y seguiremos siendo la mejor opción en tv de paga satelital en toda Latinoamérica, por calidad, cantidad de canales y bajo precio’ comentó Pruneda. **MórbidoTV** (cine de terror), **Love Nature** (la biblioteca sobre naturaleza y la vida silvestre), **AzClick** (entretenimiento juvenil) y **Teleritmo** (miles de videos y pro-

gramas musicales) ya están disponibles en StarTV. A dichos 4 canales se suma también **Agrotendencia**, un canal que apoya, capacita e informa a todos los agricultores, ganadores, avicultores, etc. sobre sus propios sectores. ‘La calidad de señal de StarTV sube en intensidad y potencia. Todos nuestros canales son 100% digitales y con más de 1,000 pixeles de resolución. Además contamos con 5 canales de gran audiencia 100% HDs’, añadió el ejecutivo. El DTH StarTV ha sumado también 25 canales de audio de **STINGRAY**, los cuales menciona que han sido muy bien seleccionados; brindando desde banda, reguetón, mariachi, pop o inclusive jazz o música infantil. Dichos canales de audio también podrán ser escuchados por los clientes del operador desde su celular o tableta. Así mismo el operador DTH se sumó a la campaña del Gobierno mexicano “Aprende en Casa”, al lanzar los distintos canales alternativos que transmiten todas las clases de educación elemental, básica y superior por los problemas de contingencia COVID de 2020. ‘Estamos comprometidos con la educación del País por lo que tenemos disponibles los canales que suman toda la oferta de Edu-



Bruno Puneda





Claro Brasil prepara un nuevo servicio de PayTV con paquetes "alternativos"

Además, Claro Streaming Box y Conmebol TV

Claro/Net Brasil anunció en el pasado Panel Telebrasil 2020 nuevos paquetes alternativos a lanzarse en las próximas semanas un su servicio de TV paga como apuesta para captar el interés de nuevos consumidores por el servicio. 'Todos los cambios que está experimentando el entretenimiento y el panorama televisivo actual es algo muy serio para nosotros, tendremos varias iniciativas para rescatar el interés. Lanzaremos de inmediato, en cuestión de semanas, un nuevo servicio en el que ofrecemos paquetes alternativos para los clientes que no tienen acceso a la televisión que ofrece Claro', afirmó el presidente de Claro Brasil, José Félix. Este nuevo anuncio sucede en un marco de la televisión paga brasileña con una pérdida de un 9,2% de sus suscriptores en la primera mitad del 2020. Así, el servicio cerró el séptimo mes con 15,1 millones de clientes.



de equipamiento totalmente dedicado a la transmisión de canales OTT aprobado por Anatel llamado "Claro Streaming Box" una evolución de su plataforma NOW, sin necesidad de instalación de TV por cable con cables, dispositivos y antenas. Una solución con más opciones de contenido debido a la posibilidad de tener On Demand y canales de pago de manera online, será un nuevo recurso que se ofrecerá a los suscriptores, pero solo a aquellos sin vinculación a la PayTV. Se especula que su contratación no estará vinculada a la banda ancha fija de Claro y será para cualquier operador de internet.

Conmebol TV

Recientemente, se anunció también la inclusión del canal recientemente lanzado Conmebol TV, producido y programado por Band Sports, que transmite partidos de la Conmebol Libertadores, Sudamericana y Recopa. Será para los suscriptores de Claro Net Virtual con un contrato de distribución que tendrá vigencia por las próximas tres



José Félix

temporadas. El canal transmite partidos de estas competencias en TV paga luego de la decisión de Globo y DAZN de cancelar sus contratos con Conmebol por los derechos de transmisión. El acceso a Conmebol TV para los clientes de internet residencial de Claro puede realizarse a través de NOW, tanto desde su versión web, como desde sus aplicaciones. Para ingresar, se deberá abonar una suscripción mensual de R\$ 39,90 (USD 7).

Grupo Globo presenta Globoplay + Canais Ao Vivo



Raymundo Barros, director de Tecnología de Globo

El nuevo paquete ya comienza a ser comercializado, 'trae toda la experiencia de consumo lineal de los canales Globo a un entorno único, además de todo el portafolio de Globoplay', afirman desde la empresa. Con esta innovación tecnológica y nueva estrategia de ventas, Globo pasará a vender de forma directa sus señales de TV paga sin que los usuarios precisen de contratar el servicio de una operadora.

Raymundo Barros, director de Tecnología de Globo, afirmó que esto es parte del proceso de la empresa. 'Estamos trabajando



con partners para ampliar nuestra infraestructura CDN y llegamos en agosto de este año con 1 Exabyte de distribución, lo que equivale a más de mil millones de horas de consumo de video. En la práctica esto significa que hemos más que duplicado la capacidad de nuestro CDN, acercando nuestro contenido al consumidor en todo Brasil, utilizando la fuerza de la red de afiliadas como puntos estratégicos de distribución digital, ya que nuestras emisoras están presentes en las 123 mayores ciudades de Brasil'.

GRUPO GLOBO



RPM

El futuro de la movilidad

RPM el nuevo programa de DW Español presenta lo último del mundo automotriz. Tecnologías y nuevas ideas en la carrera hacia una industria sostenible. ¡Inclúyalo ya en su programación!



distribucion@dw.com

dw.com/rpm

REGIONAL

Millicom potencia el trabajo remoto

'Nos encontramos más cerca que nunca de los países'

Vincencio Maya, CTO Home Latam en Millicom, comentó sobre la adaptación y acompañamiento a clientes en este último tiempo y lo que se viene para el próximo año. 'La verdad al principio no fue nada fácil, primero la adaptación al nuevo modelo de trabajo en medio de la incertidumbre de seguridad y abastecimiento de insumos, y luego, en la mayoría de los países donde operamos, se activaron restricciones de movilidad que impactaron de diferentes formas el comportamiento de nuestras redes, las cuales, experimentaron un comportamiento atípico de utilización, que tuvieron que ser intervenidas para garantizar la calidad de experiencia (QoE).' 'También se dificultaron las tareas cotidianas de mantenimiento y seguimiento, sin embargo el ímpetu y la "Sangre Tigo" de nuestros colaboradores, salió a relucir en cada lugar o extensión de red logrando mantener nuestros servicios a punto. Por otra parte, el no poder acompañar físicamente a

las operaciones y seguir de cerca los planes de expansión, mejora y mantenimientos, es para mí uno de los cambios más complicados de afrontar en esta pandemia, sin embargo, analizando hoy lo que hemos estado viviendo y haciendo uso de la tecnología, podemos afirmar que nos encontramos más cerca que nunca de los países, ya que la dinámica de conectarnos a cada instante y seguir de manera remota, todas las iniciativas, planes y metas establecidas, logra que estemos más unidos, la contra parte, es que le metemos muchas más horas de trabajo ya que el tiempo pasa y ni cuenta nos damos, empezamos a vivir una nueva realidad', agregó.

En cuanto a los proyectos y prioridades para el 2021 dijo 'Vamos apostando a seguir recogiendo frutos de lo sembrado en años anteriores, la modernización de la red, los aumentos constantes de ancho de banda para cubrir las necesidades de nuestros clientes y preparándonos para arrancar un 2021 listos para satisfacer sus necesidades.



Vincencio Maya

En nuestras prioridades, esta nuestra gente, mantenerlos a salvo adoptando las medidas sanitarias recomendadas por la OMS, y en paralelo, garantizar un servicio de excelencia en calidad, garantizando el mismo día tras día.'

Por último, Maya habló sobre la Expo SCTE de cada año. 'La SCTE permite primero que nada mantener la relación de "Networking" con la industria y nuestros pares, compartir diferentes experiencias, soluciones y óptica del Negocio. Nos mantiene actualizados con lo último en tecnología y facilita encontrar proveedores con diferentes soluciones que nos ayuden a ser cada vez más eficientes, software con Inteligencia Artificial, modelos de mantenimientos pro-Activos que logran ser predictivos y evita mantenimientos correctivos a largo plazo, en fin una vista al futuro cercano en términos tecnológicos.'

Liberty Latin America incrementó sus clientes en el segundo trimestre

Liberty Latin America es la tercera fuerza que busca disputar cada vez más mercado y sólo en Centroamérica llega al 10.2% del total de TV paga en Centroamérica. Creada por John Malone y con amplias operaciones en Estados Unidos y Europa, se instaló primero en Puerto Rico y con VTR en Chile y, años más tarde un gran golpe con Cable & Wireless —en Panamá tiene 125.000 suscriptores según Dataxis—, sumando Costa Rica, donde compró el 80% de Cable Tica —205.000 suscriptores—; Dominicana, Guatemala, Honduras, Colombia y El Salvador. En el sector móvil chileno, VTR perdió 3.000 suscriptores en el segundo trimestre debido al impacto de las restricciones por el confinamiento en Chile, hasta mitad de año, el 96% de sus suscriptores tenían plan de postpago. Al mismo tiempo, la compañía añadió 19.000 clientes, en línea con el mismo período del

año anterior y un 30% más que en el primer trimestre. El resultado también fue impulsado por las medidas que obligaron a mantenerse en los hogares, por lo que más personas necesitaron redes de calidad para el teletrabajo. Hoy en día son dueños de grandes redes HFC e incluso recientemente comenzaron nuevos despliegues en fibra óptica y ya son los mayores proveedores en Chile. Cubriendo cerca de 4 millones de hogares y alrededor de 10.000km de fibra.

Hub TV y la operación de Telefónica en Costa Rica

Recientemente, LLA Puerto Rico estrenó su nueva caja Hub TV, diseñada para que sus clientes de internet y televisión puedan navegar con facilidad todas sus opciones de programación en vivo, video y aplicaciones. La consola viene con un control remoto



Vivek Khemka, director de Tecnología y Producto de Liberty Latin America

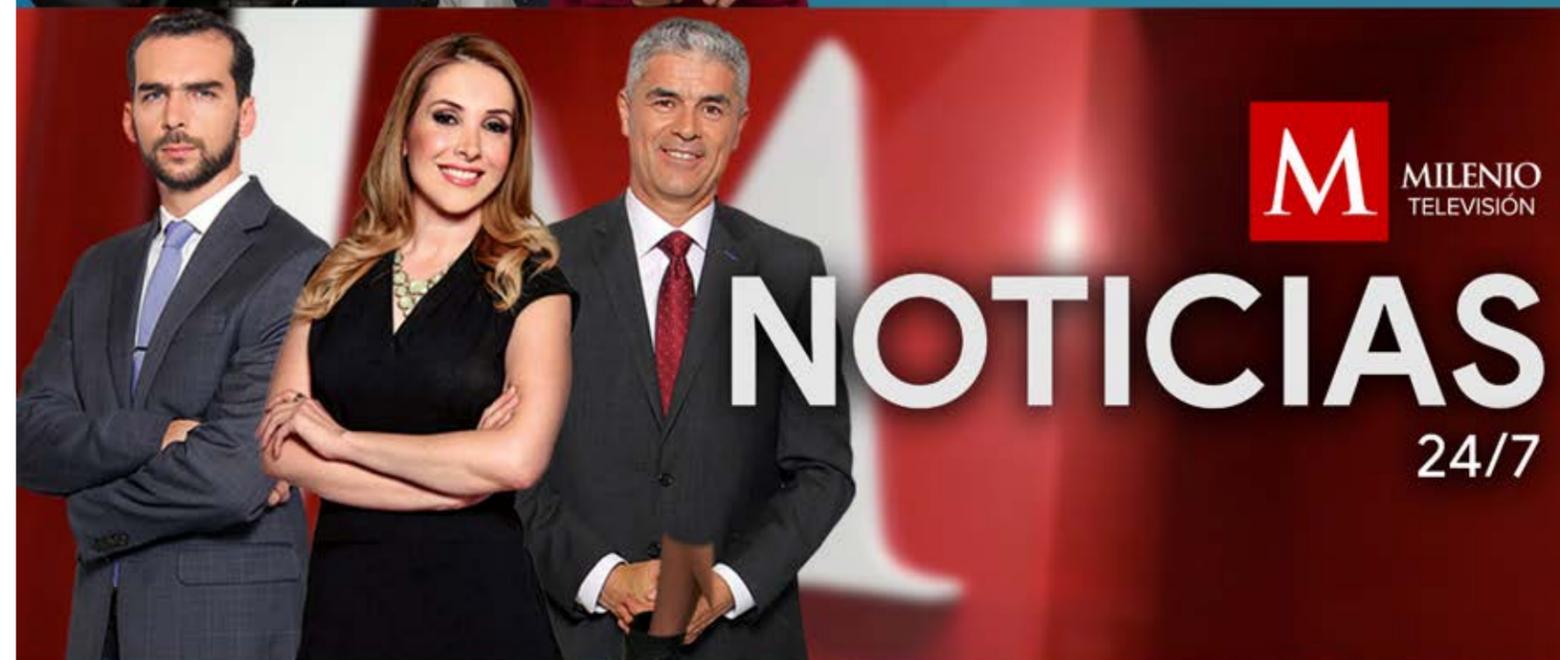
Bluetooth, Android y con las aplicaciones de: Spotify, Netflix, YouTube, HBO Max, ESPN y Fox Now. LLA además, con la reciente compra de la operación de Telefónica en Costa Rica, se estará convirtiendo en un actor multiservicio que los conducirá a la creación del segundo proveedor más grande del país, facilitando la convergencia fijo-móvil para el consumidor costarricense. La operación según indica LLA quedará cerrada para el primer semestre del próximo año.



Canal 6

ENTRETENIMIENTO

EN VIVO Y FAMILIAR



MILENIO TELEVISIÓN

NOTICIAS

24/7



TELERITMO

MÚSICA

VIDEOS Y ENTREVISTAS

Montecable: Prioridades enfocadas en aspectos tecnológicos para los clientes

Fabiana Orloff, CEO de Montecable Uruguay, habló con *Prensario* sobre el presente de la empresa y su adaptación en los últimos meses: 'En lo primero que pienso es en el Equipo que me acompaña hace muchos años, como CEO supimos enfrentar muchos desafíos y en contextos difíciles. En Uruguay y especialmente en el rubro Tv Paga estamos acostumbrados a adaptarnos a trabajar en condiciones distintas al resto del mundo. Somos una empresa muy vinculada a la tecnología, eso nos jugó mucho a favor, de un día para el otro tuvimos que enfrentar el denominado "home office" en todos los hogares de nuestro equipo sin saber si las condiciones eran ideales. Lo importante aquí eran dos aspectos: por un lado teníamos que mantener al equipo motivado, con todas las herramientas de trabajo posibles, pero por el otro lado estaba el Cliente que demandaba soluciones rápidas. Pero sin ninguna duda una vez más el equipo supo demostrarnos que son capaces de adaptarse a trabajar en cualquier contexto adverso. Hoy ya estamos trabajando en un modelo híbrido

presencial y en hogares.'

Prioridades para el 2021

'Esta última etapa del 2020 para nosotros es el comienzo de un año presupuestal para la compañía, lo miramos con mucho respeto, hay factores que nos hablan de probable lenta recuperación. Nuestras prioridades siempre están enfocadas en aspectos tecnológicos que hagan la vida más sencilla a nuestros clientes. Hemos trabajado mucho en 2020 en éste tema pero hay algunos proyectos que tuvimos que aplazarlos hasta el 2021, uno de ellos es la latencia imperceptible en streaming. Los contenidos deportivos nos obligan a pensar en 1-2 segundos de latencia y en esto ya estamos trabajando. También hemos sido pioneros en Uruguay en incorporar contenidos Esports, esto también nos pone en condiciones de competencia con todas las plataformas competitivas de juegos, como YouTube y Twitch'.

Participación en SCTE-EXPO

Para cerrar, la ejecutiva habló de la participación de Montecable en la SCTE-EXPO



Fabiana Orloff, CEO de Montecable Uruguay

'Es muy probable que nuestro equipo técnico quiera adquirir más conocimiento sobre el impacto del 5G, 10G (Docsis 4.0) y sus avances, así como la latencia y otros. Internet of Things siempre lo miramos con mucha curiosidad. Experiencias para los cableoperadores en el procesamiento de contenidos en la nube. También veremos distintas visiones de lo que podría pasar con la gestión de la Red tal como la conocemos, miramos de cerca la distribución del contenido dentro del hogar a través de Internet, es probable que investiguemos los avances del Wi-Fi 6.'

<p>A C C I O N</p> <p>CINEI PREMIUM</p> <p>Cine de Hollywood 100% acción. Con intensas emociones de pura adrenalina, sin interrupciones.</p>	<p>F A M I L I A R</p> <p>HOLLYWOOD CHANNEL</p> <p>Cine familiar con grandes historias que enamoran. Dramas, aventuras y comedias, sin cortes comerciales.</p>	<p>H I S P A N O</p> <p>MICINEMA</p> <p>Películas latinoamericanas, contemporáneas y clásicas producidas en nuestro idioma.</p>	<p>I N F A N T I L</p> <p>canal Infantil</p> <p>Canal dedicado a la educación, estimulación y entretenimiento de los niños. seguro y libre de violencia.</p>
---	---	---	---



THE WALKING DEAD
WORLD BEYOND

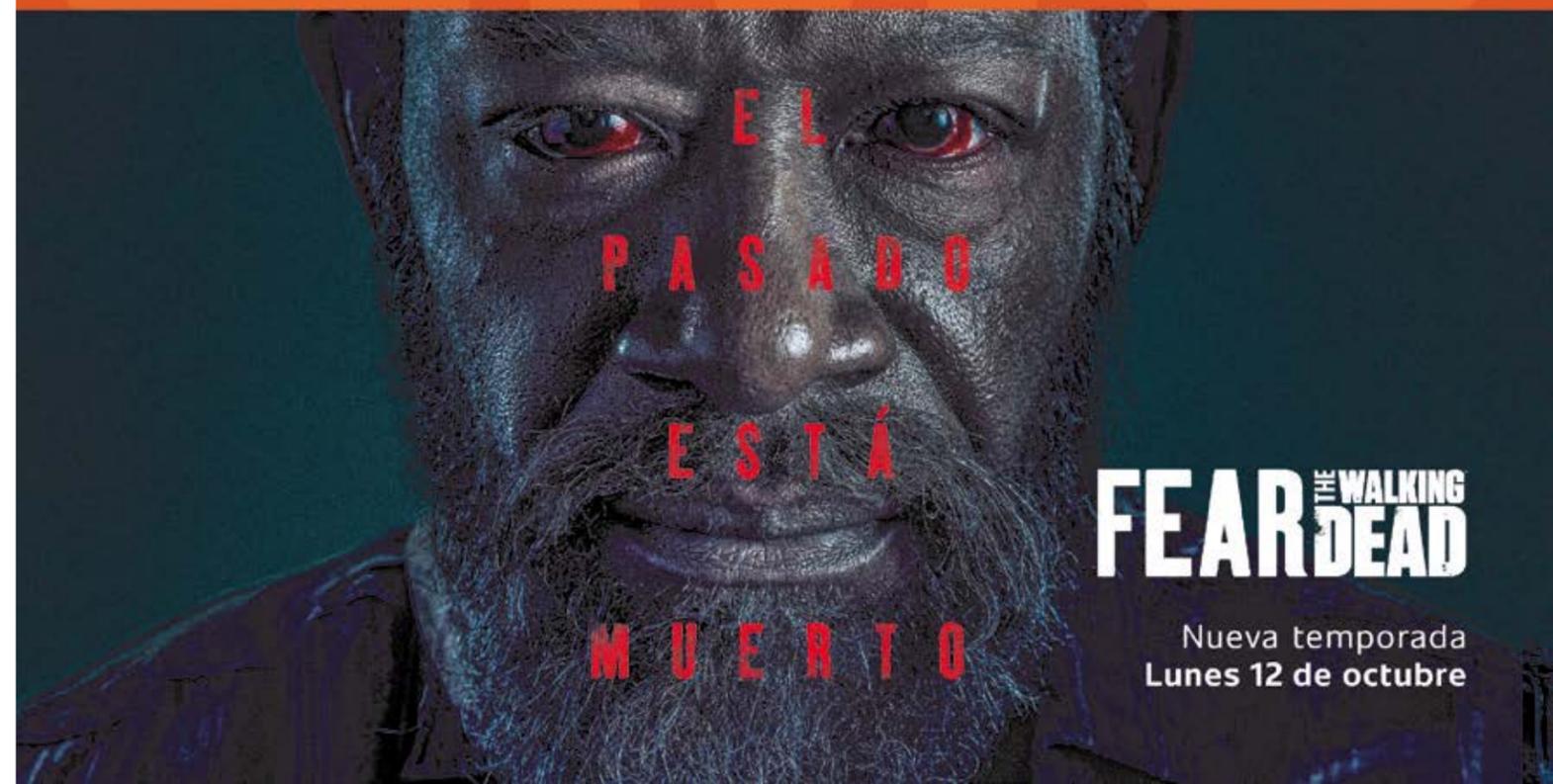
Estreno
Lunes 5 de octubre

amc

¡En octubre nuestra pantalla se llena de

ZOMBIES!

zombiesamc.com



EL PASADO ESTÁ MUERTO

FEAR THE WALKING DEAD

Nueva temporada
Lunes 12 de octubre

MÉXICO

Izzi: Oferta de cuádruple play frente al OTT

Contamos con la palabra de **Salvi Folch**, CEO de **izzzi** con su actual oferta de video 'La forma en la que nuestros clientes utilizan el contenido ha cambiado, quieren ver el contenido a la hora, lugar y en el dispositivo de su preferencia. **izzzi TV** e **izzzi go** han cambiado el juego y son muestras claras de la fortaleza de nuestra plataforma y oferta. Si antes éramos un agregador de canales lineales, ahora somos un agregador de toda clase de contenidos, incluyendo no-lineales. Por ello los suscriptores de **izzzi** pueden contratar en **izzzi TV** diversas opciones como **blim**, **Netflix**, **HBO**, **Fox Premium**, **Starz Play**, **Acorn TV**, **Noggin**, **Quello** y muchas ofertas más. Debemos estar atentos a ofrecer todos los contenidos que demandan nuestros suscriptores. Hemos avanzado mucho, pero seguiremos innovando para mantenernos como referentes en la televisión de paga en México', remarcó.

30% y 20% de incremento en el consumo de internet y video

'Sin duda alguna, esta pandemia afectó los hábitos de consumo de nuestros suscriptores, en los distintos servicios que ofrecemos. El uso

de datos de nuestros suscriptores de internet tuvo un incremento de más del 30%. En cuanto a video, registramos un crecimiento de más del 20% en los consumos de los canales lineales y de contenidos bajo demanda'. 'Estamos satisfechos de que a pesar de que las redes alcanzaron límites récord de consumo en los meses en la primera mitad del año, nuestra infraestructura funcionó de forma adecuada. En todo momento, nuestra principal prioridad sigue siendo la seguridad y bienestar de nuestros clientes y compañeros de trabajo' señaló el CEO de **izzzi**.

Oferta atractiva cuádruple play frente al OTT

'**izzzi móvil** es un nuevo servicio de telefonía móvil, con una oferta muy atractiva para nuestros suscriptores. Al ofrecer datos ilimitados, nuestros usuarios puedan consumir video en sus dispositivos móviles, cosa que resulta muy difícil hacer con planes limitados. Por ejemplo, la combinación de **izzzi móvil** e **izzzi go** es muy potente ya que



Salvi Folch, CEO de izzi

nuestros usuarios pueden ver canales lineales o miles de horas de contenido bajo demanda, mientras están fuera de casa o en movimiento'. 'En adición a eso, en **izzzi** queremos que cualquier dispositivo se convierta en una pantalla, y eso es lo que **Izzi go** nos permite hacer. Actualmente, transmitimos las principales cadenas de TV, deportes en vivo y noticias, además de miles de programas y películas On Demand en cualquier dispositivo iOS, Android, así como computadoras a través de nuestra aplicación. Además, con **izzzy kids**, los padres de familia pueden tener confianza y tranquilidad con el contenido al que acceden los más pequeños de la casa en sus dispositivos', cerró Slavi.

BRASIL

Cabo Telecom: suportando o aumento massivo da demanda de broadband

Decio Feijo, Diretor Técnico do **Cabo Telecom** de Brasil, falou com **Prensario** sobre o trabalho nos últimos meses: 'Foi feita uma força tarefa de engenharia, para manter a qualidade do serviço ao assinante, suportando o aumento massivo da demanda de broadband (+45% peak-traffic), de chamados técnicos e de instalação/upgrade de serviços. Dentro deste período, aceleramos a reengenharia de nossos processos, somado a dedicação de nosso corpo técnico, para assim

conseguir manter as métricas e kpis de excelência em atendimento mesmo com o salto da demanda'. Sobre seus novos projetos Decio destacou que: 'Este ano, o foco e estudar novos serviços para agregar valor à oferta de serviços ao mercado. Vamos analisar as novas tecnologias e sua adaptabilidade para o mercado brasileiro para o acompanhamento da tendência e evolução mercadológica além da ampliação dos serviços e expansão da área de atuação'.



O diretor general Gilbert Minionis e Alejo Smirnoff com Decio Feijo em Amsterdam

ARGENTINA

Telecentro sigue apostando a su red

En un mercado como el argentino con los desafíos que le implica —nuevas escaladas del dólar y temas de tarifas con el gobierno—, Telecentro siempre sigue su plan de largo plazo de gran apuesta a su red fija con fibra óptica y a mejorar siempre su servicio, según destaca siempre a **Prensario** su presidente **Sebastián Pierri** junto con el CTO **Fernando Herrera**.

Así fue pionero en el triple play en Argentina, como uno de sus diferenciales (tiene licencia además para operar como Operador Móvil virtual desde hace varios años); fue el primero en ofrecer 100 y luego

300 Megas en un festejo en el que estuvieron Macrí y Scioli justo después de las elecciones que protagonizaron; también fue pionero en trabajar junto a Netflix que lo reconoció entre los operadores con mejores estándares de conectividad para sus clientes. También avanza con el videostreaming que es su última prioridad, junto con dar movilidad también mediante WiFi Zone que ya cuenta con más de 8000 puntos distribuidos en CABA como servicio a su 1.000.000 de clientes de internet y 600.000 de video.



Sebastián Pierri Fernando Herrera



COVID+19 Battle on the Cruise Ship

Olé Distribution estrena su equipo con el regreso de Juan Carlos Urdaneta



Juan Carlos Urdaneta

Olé DISTRIBUTION

nivel, es una oportunidad única'.
Remarcó: 'Estoy sumamente orgulloso del equipo que hemos conformado. Es un equipo de profesionales reconocidos, respetados y experimentados en la industria que aporta diversidad de experiencias. Para adaptar la empresa a las realidades del mercado, pensamos tener en equipo pequeño que trabaje de una manera integrada, ágil y pragmática buscando llegar a soluciones que sean "win-win" y duraderas en el tiempo.

Aliado natural de los operadores

'Nuestra idea es de tomar todos los aprendizajes y experiencias de los últimos años y aplicarlas a crear una nueva empresa adaptada a este nuevo mercado y esta nueva realidad.

Ole Distribution, dado todos los canales y contenidos que conforman el grupo, está en una posición ideal para ser un aliado natural de todos los operadores actuales, a la vez que buscan también expandir a los nuevos

participantes en el ecosistema'.

Relevancia de todos los canales

'Nuestros canales han tenido resultados exitosos en cuanto a audiencia, share y afinidad con las marcas. Sin duda la situación actual de la pandemia ha resaltado la importancia de la industria y sus contenidos como la forma más accesible de acceder entretenimiento del primer nivel y nuestros canales se han destacado dentro de esta situación'.

Potencial de crecimiento

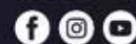
'Nosotros creemos que existe mucho potencial de crecimiento. Creo que a los consumidores les importa poder tener acceso a contenidos cuando y donde lo deseen (VOD) en adición al consumo de los contenidos lineales. Creo que si esa experiencia es dentro o fuera del ecosistema actual les importa menos. Así que en la medida que tengamos una oferta robusta, interesante, fácil de acceder, y competitiva en precios, continuará habiendo potencial de crecer el negocio'.

KANAL D
DRAMA

CANAL PIONERO
EN SERIES TURCAS

LOS VERDADEROS DRAMAS
NO SÓLO SE VEN...
¡SE VIVEN!

#AtréveteAVivirlo



Distribuido por **THEMA**
A CANAL+ GROUP COMPANY

Nuevos estrenos de TNT Originals, con la producción de *Particular Crowd*

Lo que trae la casa de Latinoamérica en Hollywood



Martín Crespo, Content Portfolio Sr. Director de Warner Media

Martín Crespo es Content Portfolio Sr. Director de las señales del cluster de General Entertainment de WarnerMedia (ex Turner) y se encarga de la programación de TNT para toda Latinoamérica, junto a otras señales de películas, series y entretenimiento como TNT Series, TCM y Space del grupo que lidera para Latinoamérica Whit Richardson. Fue quien eligió transmitir a los Premios Gardel de Argentina como antes los premios Spotify de México, iniciando un camino inverso al que usualmente recorre transmitiendo las mejores entregas de premios desde Estados Unidos a Latinoamérica como son los Oscars, los EMMY, los GRAMMY, Latin GRAMMY y los Billboard Awards. 'TNT es históricamente la casa de las premiaciones', remarcó. Pero sobre todo es importante el nuevo estreno de TNT Original. 'El porcentaje para las premiaciones y eventos en vivo, donde también en Brasil tenemos fútbol, se mantiene parecido como un espacio puntual frente a las películas y series. El resto del canal está dedicado a dar lo mejor de Hollywood en el servicio de cable básico y algunas series originales, coordinado con TNT series. Ahora en octubre tendremos TNT Original, una nueva franquicia con películas originales de TNT para Latinoamérica. Vienen directamente de nuestra propia usina creativa en Los Angeles, Particular Crowd, que es nuestra casa de Latinoamérica en Hollywood con Tomás Yankelevich, como presentamos en Natpe de Miami en enero. Ya este año tuvimos un primer paquete de estrenos de películas y estamos muy contentos. Este fue un año complejo pero ya tenemos la segunda camada de películas con un casting

turner
A WarnerMedia Company

más reconocido, con dos películas con Daniel Radcliffe, el actor de Harry Potter, y otras con Billy Cristal. Serán ocho estrenos entre octubre, noviembre y diciembre, que podremos tener también todo el año que viene. Siempre tuvimos películas que se estrenan en Cine y luego se ven por TNT con

una conexión emocional, pero ahora tenemos también estas nuevas originales para que la gente las descubra. Algunas también igualmente se estrenan en el cine y también este año en particular con Cinépolis en México. También estarán en las plataformas de VOD de los cableoperadores que nos acompañan, pues siempre buscamos aumentar el reach de público', concluyó.

Daniel Radcliffe en *Fuga de Pretoria* y *Manos a las Armas*

Además de la película animada *Espías en Manada*

TNT Original anuncia dos estrenos con Daniel Radcliffe, el actor de Harry Potter, con dos películas del sello cinematográfico Particular Crowd, que se estrenaron en los cines en México en agosto en Cinépolis + QUE CINE, el espacio de la marca enfocado en llevar a la pantalla grande contenido alternativo. Primero *Fuga de Pretoria*, que relata los hechos verídicos sobre el escape de dos sudafricanos encarcelados por su compromiso activo en favor de la población negra en pleno apartheid.

También *Manos a las Armas*, donde es obligado a convertirse en un verdadero gladiador dentro de un club ilegal de peleas que ha alcanzado una gran popularidad en línea. El vencedor debe asesinar a su oponente a cambio de una hipotética libertad.

Animación: *Espías en manada*

También sobresale *Espías en manada*, la primera película de animación bajo el sello productor Particular Crowd que se pudo ver en la red de Cinépolis desde el 10 de septiembre. Un film familiar, hablado en español, que cuenta con el trabajo de los animadores de éxitos como *Mi villano favorito*, *Minions* y *La vida secreta de tus mascotas*, que relata la historia de dos espías que investigan el robo de una poderosa y escasa sustancia que se vincula con el ataque a varias especies en peligro de extinción.



Cronograma de estrenos TNT Original

A partir de octubre se viene la nueva tirada de estrenos de la franquicia TNT Original de la Usina creativa de Particular Crowd. Será en TNT todos los lunes a las 22hs y éste será el cronograma de estrenos:

ESCAPE FROM PRETORIA	26/10	BUFFALOED	30/11
STANDING UP, FALLING DOWN	02/11	THE YOUNG KIESLOWSKY	07/12
GUNS AKIMBO (MANOS A LAS ARMAS)	09/11	SIGHTLESS	14/12
AFTER EVERYTHING	16/11	HUMAN CAPITAL	21/12
STRAIGHT UP	23/11		

Las películas de animación tendrán un estreno por semana a partir de noviembre, todos los sábados a las 12pm.

STARDOG AND TURBOCAT	21/11	COMBAT WOMBAT	12/12
SPYCIES	28/11	THE WISHMAS TREE (SEMANA NAVIDEÑA)	19/12
AXEL: ADVENTURES OF THE SPACEKIDS	05/12		

DANIEL RADCLIFFE DANIEL WEBBER
FUGA DE PRETORIA

ESTRENO
26 DE OCTUBRE, 10 PM



TV Azteca: Con Telefónica volvieron al servicio básico en Perú

StarTV sumó todas las señales

Jorge Gutiérrez, Director de las señales de TV Azteca en TV de paga, comentó a Prensario la actualidad de sus señales en esta Pandemia: 'Sin duda en medio de esta pandemia la sintonía se incrementó notablemente. En México por ejemplo hemos realizado nuevas alianzas y estamos muy contentos de poder compartir que nuestro portafolio completo de señales: Azteca Uno, ADN40, Mundo, Corazón, Clic y Cinema se incorporaron a la plataforma de Movistar Play de Telefónica con mucho éxito.

El pasado mes de junio se incorporó Clic a la oferta de canales de DirecTV Go en México y con esta incorporación hoy ofrecen en la plataforma 5 señales de Azteca: ADN40, Mundo, Corazón, Clic y Cinema.

Amazon por su parte incorporó ADN40 a su oferta de canales lineales desde Mayo pasado. Subimos ADN40 a la plataforma Roku a partir del 15 de Junio y estamos trabajando para subir todo el portafolio en el segundo semestre del año. Y como última noticia, StarTV sumó a toda su plataforma todas nuestras señales, cuando sólo tenía algunas. Es una gran noticia para terminar esta parte del año.

Plano internacional con Perú

'En el plano Internacional cerramos convenios con una plataforma OTT en Belice y firmamos convenio con la empresa Covent en España.

Pero definitivamente la nota del año es que a partir del primero de julio regresamos a Telefónica Perú con nuestras señales Mundo y Corazón en servicio básico de la plataforma,

después de algún tiempo de ausencia logramos regresar con este importante cliente.

Como se puede ver, aún en tiempos complicados seguimos avanzando y alcanzando mayor distribución del portafolio de canales', remarcó.

Vigencia de las señales lineales

'Siempre estamos atentos a las necesidades de los clientes, siempre buscamos la mejor manera de llegar a acuerdos bilaterales que realmente beneficien al cliente y a la industria y comprendemos que este 2020 ha sido un año muy complicado para todos, pero seguro estoy que lo superaremos trabajando juntos.

Por supuesto las señales lineales siguen funcionando y el ejemplo lo tenemos muy claro en este primer semestre del año.

Las plataformas OTT's están integrando canales lineales a su oferta de VOD como valor agregado y les está funcionando de maravilla, así que esta mancuerna de contenidos y canales será la clave para evolucionar en la industria y permanecer en el gusto de la audiencia'.

OTT y nuevos ISPs

'Azteca es un gran productor de contenido en la industria y eso nos mantiene vigentes en los clientes. Nuestros contenidos son muy solicitados por las plataformas OTT's que siempre buscan telenovelas, películas mexicanas, unitarios, series, etc. Tenemos muy buen feedback de clientes como Amazon, que ha aprovechado nuestro catálogo de contenidos



Jorge Gutiérrez con Salomón Padilla de ATIM de México

y le ha funcionado muy bien.

Creo que la audiencia si busca cosas novedosas en las plataformas pero siempre regresa a disfrutar de los contenidos clásicos y de gran calidad que ofrecemos'.

Prioridades de trabajo para el resto del año

'Seguimos trabajando con plataformas y clientes nuevos para este segundo semestre del año y tenemos en puerta algunas renovaciones de convenios que vamos a atender como siempre con las mejores condiciones para los clientes. Por lo que toca a nuestras producciones propias, arrancamos con la 4ta. temporada de Cocinísima, nuestro programa gourmet y la 5ta. temporada del programa Pase de Abordar, de viajes y estilo de vida.

No hemos estado lejos de los clientes, al contrario hemos tenido más contacto y cercanía con ellos en este encierro.

Reconozco y aplaudo la labor que cada uno de mis representantes ha realizado para atender a los clientes y apoyarlos, créeme que a pesar de las circunstancias adversas hemos sabido estar a la altura en estos momentos de tanta incertidumbre y nuestra base de clientes lo sabe', concluyó.

Telemundo Internacional transmitió Viva México: El Grito 2020

Telemundo Internacional se unió a la celebración del 210 aniversario de la Independencia de México, con una transmisión exclusiva en vivo de su celebración Viva México: El Grito 2020 Con una cobertura especial liderada por los corresponsales Julio Vaqueiro y Paulina Sodi, quienes se unieron al homenaje desde el zócalo de la Ciudad de México. Los festejos populares del 15 y 16 de septiembre este año sufrieron un cambio radical obligado por la pandemia del coronavirus.

La transmisión de Telemundo Internacional mostró un momento de celebración, con el fin de llevar ese clima de festividad a cada hogar del territorio nacional completamente en vivo. En la conmemoración se rememoró esta fecha nacional tan trascendental y especial para todos los mexicanos. Millones de personas pudieron seguir toda la ceremonia desde sus casas completamente en vivo a través de Telemundo Internacional.



Los corresponsales Julio Vaqueiro y Paulina Sodi

Señales que

TRAS CIEN DEN.



eltrece con su programación renovada con motivo de sus 60 años de trayectoria y éxitos que siguen haciendo historia.



TN, con su nueva imagen Smart que revoluciona la manera de ver la pantalla, es la elegida por la audiencia para informarse.



Quiero música en mi idioma, la señal de música íntegramente en español más vista y elegida por los jóvenes argentinos.

La trayectoria y constante innovación en la generación de contenidos de nuestras Señales, nos permiten llegar a las más variadas audiencias de Argentina y el mundo. Cuando se piensa más allá, se llega más lejos.

Departamento de Venta Señales:
5411 4370 1395 | 5411 4339 1541

A+E Networks México: 'Lo primero que hicimos fue desaprender y aprender'



Jaime Guerra Maza, Senior VP de Ventas Publicitarias y Desarrollo de Nuevos Negocios de A+E Networks Mexico

Jaime Guerra Maza, Senior VP de Ventas Publicitarias y Desarrollo de Nuevos Negocios de **A+E Networks México**, dialogó con Prensario sobre el reactivamiento de la publicidad y las acciones que se han generado en la empresa.

'Los equipos comerciales dentro de A+E ya no podían ir a ver a un anunciante a sus oficinas, ni mucho menos a una agencia de publicidad y hacer una presentación. Todo esto tuvo que cambiar y tuvimos que desaprender. Entonces creo que lo primero que hicimos fue desaprender y aprender en esta nueva normalidad momentánea'.

'Nuestro principal foco fue estar junto a nuestros anunciantes, en las buenas y en las malas. Entonces, muchos de estos esfuerzos que hicimos al inicio fueron completamente altruistas. Estos cambios en estas industrias que han ido empezando poco a poco a regresar, nos han permitido ir desde el ámbito de habernos acercado a esta crisis, hasta un ámbito hoy de poder convertirnos en consultores de todos nuestros clientes.'

Proyecto TAP

'Este proyecto internamente le llamamos TAP. Es una herramienta hecha por nuestro equipo de research en Miami, realizado en conjunto con un grupo de personas increíbles que han logrado desarrollar esta tecnología avalada por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Con esta herramienta nos metemos desde el

tema de poder crear un "data lake", donde podemos tener nuestros canales de televisión junto con la parte digital, redes sociales y crear estas audiencias y métricas de medición. Esto nos permite poder de alguna manera pasar estos términos de tecnología a nuestros anunciantes en tiempo real.

Podemos ver cuando uno habla directamente con anunciantes sobre los resultados de campaña, estos resultados pasan semanas y meses para que se puedan entender y dar un balance del post buy. Esta herramienta lo que hace es hacerlo en tiempo real. Esto permite a los principales anunciantes, que en el momento en que la campaña está activa, puedas hacer modificaciones para tener un resultado de campaña donde dejas de hablar de eficiencia, para poder hablar de efectividad, ventas, producto y hasta conversión'.

Producción Original

Jaime remarca que la empresa está ofreciendo el mejor momento para sus anunciantes con las nuevas producciones y lanzamientos: 'Hay mucha producción original, estamos trayendo una tercer temporada de *Desafío sobre fuego*. El reality de forjadores de cuchillos en el que participan ocho forjadores de cuatro países, Argentina, México, Brasil y Colombia. Con *Desafío sobre Fuego*, en México, hemos logrado alcanzar niveles hasta del quinto lugar en rating en hombres de 18 años y más. Nuestras producciones son nuestro "caballito de batalla". Como es el caso de *Secretos de Guerra*, donde nos situamos a partir de la Segunda Guerra Mundial, que ya se cumplen 75 años. Esta serie muestra un enfoque desde el ámbito bélico de lo que se ha hecho en Latinoamérica en la Segunda Guerra Mundial.

Con **History Channel** estamos cumpliendo 20 años, y queremos hacer una recopilación de lo que han sido estos 20 años desde el punto de vista de seis episodios. Un episodio de una hora durante el mes de septiembre. En el que hablamos de los

acontecimientos históricos que sucedieron en ese lapso.

También estamos haciendo una producción original en **History 2**, producida por **Leonardo DiCaprio**, sobre los pioneros del lejano oeste. Donde se van a recordar nombres como **Daniel Boone**, **Lewis y Clark**, el general **Andrew Jackson**, todo ambientado en el año 1775. Estas tribus de nativos americanos y todo lo que vivieron contra el hombre blanco.

Por su parte, **Lifetime** es un canal de televisión enfocado al ámbito de la mujer, donde destacamos grandes mujeres en producción, en dirección, en actuación. Y también abordamos y hablamos sobre la violencia de género'.

Además, este año que fueron la entrega de los premios Oscar, y ganamos con una producción documental llamada *Learning to skateboard in a warzone*, que muestra a mujeres y niñas afganas que a través de la patineta pueden vivir y soportar ese mundo de la guerra, y cómo a través de la patineta se logran cosas increíbles'.

La cercanía con los anunciantes

En tiempos de crisis, el ejecutivo hace énfasis en la cercanía con los anunciantes: 'El poder estar creando estas herramientas como la que platicamos de TAP, que se deje de hablar de eficiencia y hables de efectividad, y el poder ayudar a los clientes no tanto a ver qué tan barato pueden comprar publicidad, sino que tantos productos van a poder vender. Nosotros tenemos que estar siempre listos trayendo las mejores soluciones del momento'.



Desafío sobre fuego



EWTN, COMUNICANDO LA FE CON CLARIDAD Y SOLIDEZ.



VIVAMOS LA VERDAD. VIVAMOS CATÓLICOS.

TELEVISIÓN • RADIO • NOTICIAS • ONLINE • PUBLICACIONES

Para mayor información escriba a iberoamerica@ewtn.com

ewtn.com/español

EWTN | El Canal Católico

Multimedios: Crecimiento de audiencia y expansión en Centroamérica



Guillermo Franco, Willie Hernández de Condista y Alberto Domínguez de Multimedios

Contamos con los comentarios del director de Marketing del Grupo Multimedios, **Alberto Domínguez**. La empresa suma alianzas para nuevos contenidos a su programación junto con su plan de seguir su extensión por Centroamérica.

Presentes en mercado Hispano de Estados Unidos y Latinoamérica

‘Iniciamos por señal abierta desde el año de 2006 en el Estado de Texas y en 2008 comenzamos los lanzamientos a nivel nacional a través de los principales operadores de TV de paga. A lo largo de estos años hemos logrado ser uno de los canales con mayor éxito en este mercado, con una cobertura de más de 4,5 millones de hogares hispanos a nivel nacional. En Latinoamérica iniciamos operaciones en el año 2016 con nuestro canal **Multimedios** Costa Rica, actualmente **Canal 8**. En tan poco tiempo hemos logrado tener una gran aceptación en

la región con nuestra programación local, así como transmisiones de partidos de la liga de fútbol de Costa Rica’.

El camino para llegar a nuevos países

‘Al inicio fue algo natural el extendernos a Texas, ya que al ser los líderes en el Noreste de México, muchas personas viviendo en el Sureste de Estados Unidos ya estaban familiarizados con nuestra programación, por lo cual el éxito fue casi inmediato. Poco a poco con todo lo que fuimos mejorando nuestra oferta de contenidos fue que logramos tener un mayor crecimiento en todo el país. En el caso de Costa Rica, pensábamos que había oportunidad de llevar nuestra fórmula de producción a ese país para tener una nueva opción para la gente de esa región. Además, el tener una compañía de publicidad exterior, así como estaciones de radio en el territorio nos ayuda a seguir con nuestro modelo de ser una empresa de varios medios’.

Expansión en Centroamérica

‘Al principio fue complicado, ya que en esa región éramos nuevos y el trabajo para entrar sería complicado. Con el tiempo replanteamos nuestra estrategia de hacer producciones loca-

les y eso ha dado buenos resultados. Actualmente estamos en todo Centroamérica a través de sistemas de DTH y algunos operadores de cable tanto en Colombia como Perú’.

Crecimiento y nuevas alianzas en producciones

En cuanto a su enriquecimiento en contenido Alberto comentó: ‘Antes nuestra producción era principalmente en la ciudad de Monterrey, a excepción de los noticieros locales que se hacían en cada plaza. Al convertirnos en una cadena nacional nuestras producciones se hacen ya en gran parte en Ciudad de México con un enfoque más nacional, además de grandes alianzas que hicimos en el mes de Septiembre de este año con **Discovery** y **Argos**, lo cual nos ha permitido transmitir programas exitosos como *Cake Boss*, *Vestido de Novia*, *Red de Mentiras* así como la serie de *Las Aparicio*. Sin duda esto nos ha ayudado a incrementar nuestra audiencia de manera importante. También tenemos acuerdos para transmitir los partidos del Manchester City y en su momento los del Betis. Al contar con varias señales, según el territorio es la que podemos licenciar para evitar caer en incumplimiento de derechos. Nosotros siempre hemos cuidado el tema de los derechos para poder tener libertad de distribuirlos por cualquier plataforma’.



DW: Programación generalista

Con el canal 24/7 en español

DW estuvo presente este año con **Sylvia Viljoen** y **Andrea Hugemann** en Natpe de Miami, y luego con su stand habitual en Andina Link Cartagena con **Cristina Peláez**. El énfasis está puesto en el carácter vanguardista de la programación generalista de la señal 24/7 en español. Esto con sus nuevos programas tanto para públicos masivos como específicos. Una de las novedades RPM (*Revoluciones por Minuto*), sobre autos y movilidad con pruebas mecánicas y tecnologías respetuosas del medio ambiente,

entre ideas sorprendentes y visiones futuristas. También sobresale el programa de 15 minutos de *Todo deporte*, que trae historias de cómo el deporte cambia vidas, por supuesto *Todo Gol*, con todo el resumen de la Bundesliga que tiene muchos jugadores latinoamericanos y que ya dio inicio a la temporada 2020/2021, con el Bayern de Múnich como defensor del título. Por otro lado, el nuevo programa, *A Fondo* como nuevo formato de entrevistas que va



David Ecker y Sylvia Viljoen

directo al punto, argumentos claros y debates sin rodeos con una mirada internacional.

Distintos nombres, culturas diferentes... un canal para entretenerlos a todos!

Ve

P L U S

Date el Gusto



CISNEROS MEDIA

Octubre Zombie en AMC Networks, lo que le faltaba a este 2020

Con los estrenos de *The Walking Dead: The World Beyond* y la nueva temporada de *Fear The Walking Dead*

Con todo lo que ha pasado al 2020, lo único que le faltaría sería un Apocalipsis Zombie y de alguna manera eso pasa con los dos estrenos clave del Canal AMC en octubre que pertenecen al universo *The Walking Dead*: la primera temporada de *The Walking Dead: World Beyond* el 5 de octubre y la sexta temporada de *Fear The Walking Dead* el 12. Ambas se emitirán en América Latina a tan solo 24 horas de diferencia de su estreno en Estados Unidos. El paralelismo respecto de todo lo que estuvo pasando este año 2020 con una pandemia que alcanzó al mundo entero en realidad nos lleva a que es importante para entretener a la gente en este momento tan particular con lo nuevo de este fenómeno temático mundial. AMC studios lo generó para la historia de la televisión hace más de una década y no hay persona que no conozca a estos muertos vivientes que lideraron un segmento del género de terror que tuvo otras expresiones pero ninguna tan fuerte como esta ni con tanta continuidad. Eso se consiguió con la primera serie, que luego se profundizó la segunda con gran éxito para hacer su sexta temporada. Ahora viene la tercera con su primera temporada de 10 episodios como gran novedad revelando algunos de los misterios muy importantes para los fans.

Gran campaña con paralelismo al 2020

The Walking Dead: World Beyond es la historia de la primera generación que ha crecido en un refugio y que decide salir a explorar una realidad apocalíptica llena de zombies y peligros. Esta situación se asemeja a la realidad

actual, en la que millones de adolescentes se encuentran aislados en sus casas desde hace meses ávidos por descubrir el nuevo mundo.

El paralelismo entre la trama de estos estrenos y el contexto actual resulta ineludible, por lo que la pieza de arranque de la campaña promocional que AMC realiza con la agencia regional Wild Fi, de la llegada de estas dos series del universo TWD a AMC, inevitablemente tenía que partir bajo el tono de frases como: “¿qué más falta que pase en 2020?”. ‘Cuando nos sentamos a pensar cómo podíamos incorporar el contexto actual para explotar la conversación sobre la nueva serie, nos encontramos con que el 2020 ya había hecho el trabajo por nosotros’, dice Carlos Magnone, CM, Wild Fi – Paraguay.



Misterios por develar de la Civic Republic Military

‘Además de explorar la manera de incorporar el contexto actual a la campaña quisimos acompañar la intriga que tienen los fans entorno al universo TWD, sabiendo que esta nueva serie, *The Walking Dead: World Beyond* vendrá a responder algunas de esas preguntas, a la vez que alimentará un montón de nuevas teorías’, comenta Ivana Steinberg, VP Marketing, AMC Networks International Latin America.

Una vez establecido ese mood, la campaña de promoción del estreno de *The Walking Dead: World Beyond* gira en torno al CRM (*Civic Republic Military*), una enigmática entidad paramilitar presente en las tres series del universo TWD. Al seguir los perfiles sociales de AMC en los días que anteceden a este estreno, los fanáticos tendrán oportunidad de familiarizarse con algunos aspectos tanto de la historia como del CRM, en preparación a esta nueva serie que promete revelar más sobre esa misteriosa entidad.

Lo que hay que saber de ambos estrenos

El lunes 5 de octubre a las 22, llega la nueva serie del universo TWD: *The Walking Dead: World Beyond* que se adentra en una



The Walking Dead World Beyond

nueva historia de unos adolescentes provenientes de familias de la primera generación, criados en una civilización sobreviviente del mundo pos apocalíptico. Dos hermanas y dos amigos abandonan de repente su lugar seguro y cómodo para enfrentarse a peligros entre la vida y la muerte. Perseguidos por aquellos que desean protegerlos y aquellos que desean dañarlos, se desarrolla una historia de crecimiento y transformación a través de terrenos peligrosos, desafiando todo lo que saben sobre el mundo, sobre ellos mismos y entre sí. Algunos se convertirán en héroes y otros en villanos. Pero todos ellos encontrarán las verdades que buscan.

Y el lunes 12 de octubre a las 23, estrena la 6ta temporada de *Fear the Walking Dead* que explora la particular familia que se formó con la misión de ayudar a los necesitados. El último mensaje de Morgan (Lennie James) al final de la 5ta temporada, implora al grupo a “vivir” y en estos nuevos episodios explorarán qué significa eso para cada uno de ellos. Algunos encontrarán la estabilidad y la oportunidad dentro de las comunidades de Virginia, varios se hundirán en la oscuridad, mientras que otros, lucharán contra lo que se les ha impuesto. La vida detrás de los muros de Virginia pondrá a prueba a todos y cada uno de ellos de diferentes maneras, obligándolos a definir quiénes son en este nuevo mundo.

Tanto *The Walking Dead: World Beyond* como *Fear The Walking Dead* son una producción ejecutiva de Scott Gimple, los showrunners Andrew Chambliss e Ian Goldberg, Robert Kirkman, Gale Anne Hurd, Greg Nicotero y Dave Alpert y son producidas por AMC Studios.

¡Solicítalos YA!

¡Contáctanos!

Piedad Martínez P.

Móvil: +57 3148620814

Mail: pmartinez@globalmedia1.tv

TLN
La máquina del tiempo

HogarTV

Rumba tv

TVAgro HD
Te acerca al campo
www.tvagro.tv



Fear The Walking Dead

Latin Entertainment Group adquiere nuevos derechos de Hollywood

El canal **Cine Premium**, canal de la programadora **Latin Entertainment Group**, LLC fortalece su oferta de contenido 100% de acción, mediante la adquisición de nuevas películas de Hollywood. Gracias a su alianza con la distribuidora de contenido VIP 2000.

Estrenos de Cine Premium

Buried, protagonizada por **Ryan Reynolds**, narra la prueba de supervivencia de un hombre enterrado en vida dentro de un ataúd y *The Bill Collector*, una película en la cual el tiempo corre en contra de un nefario cobrador, obligado a pagar su propia deuda en menos de tres semanas. Las audiencias de Cine Premium se mantendrán cautivadas por suspenso y adrenalina.

Mientras que para los amantes de películas

de lucha, *Forced to Fight*, exhibe peleas brutales, resaltando el indiscutible del actor y campeón de las artes marciales, **Gary Daniels**. El canal sigue ampliando su oferta de películas de acción, policíacas, artes marciales y ciencia ficción, posicionándose así.

Crecimiento de Latin Group

En diálogo con Prensario, **Sara Rojas**, directora de desarrollo comercial de **Latin Entertainment Group** dijo: 'Hemos crecido de manera sensata, manteniendo como prioridad servir a nuestros sistemas afiliados de manera local. Las necesidades de cada territorio son únicas, por lo cual uno de nuestros factores diferenciales es el poder responder directamente a estos distintos requerimientos mediante nuestros partners regionales'.

Representantes y nuevas alianzas en la región

'Recién hemos formalizado nuestra alianza con **Media Plan**, reconocida empresa en el territorio Centroamericano. Con Media Plan lograremos entregar los equipos receptores de nuestras señales en tiempo récord, desde su sede en la Ciudad de Guatemala.

También hemos ampliado nuestra distribución en Colombia, comercializando los canales a través de **Neva Network e IMD**, empresa distribuidora de reconocidas señales, como **Discovery Networks**, en la región. En Colombia impulsaremos las señales mediante una oferta en moneda local y con beneficios para los operadores comunitarios y plataformas de TV por IP cerrada.

En Perú seguimos creciendo mediante nuestro partner **Bitt Channel**, quien ha logrado posicionar nuestro canal de **MIMUSICA PERU**, dedicado exclusivamente a la cumbia peruana y quien a la vez ha suplido la creciente demanda por contenidos en HD.

En Ecuador hemos acelerado nuestra presencia gracias a nuestro partner **Sicorsa**, compañía liderada por **Antonio Aviles**, profesional con décadas de experiencia en la industria y manejo de programadoras importantes.

Tomamos en cuenta las particularidades de los diferentes países a los cuales brindamos contenidos de variedad y calidad a precios asequibles', finalizó.



Sara Rojas, directora de desarrollo comercial de Latin Entertainment Group



Kanal D Drama estrena la serie *Mi Vida Eres Tú*

Kanal D Drama estrena en exclusiva y primera ventana para E.E.UU. Hispano, el drama turco *Mi Vida Eres Tú*, la serie de época que combina drama y romance debutó el 16 de septiembre. *Mi Vida Eres Tú*, es el título de la serie que llega por primera vez a la audiencia de EE.UU. Ambientada a principios del siglo pasado, durante la primera guerra de los Balcanes y el conflicto greco-turco, la serie narra la dramática historia de una familia que se ve obligada a

separarse en medio de una devastadora guerra. 'Nos enorgullece poder llevar a la audiencia femenina de Estados Unidos de producciones de la calidad de 'Mi Vida Eres Tú'; una serie con gran carga dramática pero que transmite un mensaje esperanzador', dijo Francheska León de la Barra, Responsable de Mercado de Kanal D Drama en EE.UU., y LatAm. Y agregó: 'Se está viviendo una situación y una realidad complicada, por lo que la audiencia busca refugiarse historias bien contadas con personajes reales, que inspiren reinventarse la vida en medio de la adversidad'. *Mi Vida Eres Tú* ha sido nominada para varios premios y en 2017 se le otorgó el premio Mariposa de Oro a mejor serie y mejor guión. El drama turco se transmitirá por Kanal D Drama de lunes a viernes a las 8:20 p.m. hora del Este / 5:20 p.m. Pacífico.



Kanal D Drama entró en Altice de República Dominicana

THEMA América anunció que **Kanal D Drama** forma parte de la oferta de **Altice** en República Dominicana, los suscriptores del plan básico de Altice Dominicana S.A. ya disfrutaban el canal a través de las frecuencias 253 SD y 433 HD de su plataforma de cable. 'Estamos encantados de contar con Altice Dominicana como aliado en República Dominicana y sumar Kanal D Drama a su variada oferta televisiva a la vez que iniciamos nuestra expansión por el Caribe', afirmó **Patrick Rivet**, CEO de **Thema América**.

DESCUBRE LO MEJOR DEL ENTRETENIMIENTO

XTIME CHANNEL

CINECLICK CHANNEL

xtimechannel xtimechannel xtimechannel xtimechannel.com

cineclickchannel cineclickc cineclick.channel cineclickchannel.com

barrons CORP USA INC 11231 NW 20TH ST, SUITE # 134, MIAMI, FL 33172, U.S.A. | +1 305 5929811 | ventas@barronscorp.com

Cisneros: Gran caso de éxito para la producción de Miss Venezuela

Junto a otros ejemplos de producción presencial y remota



Jonathan Blum



Carlos Cabrera

con A+E Network para su pantalla Lineal y toda su plataforma, estrenos con Sinclair en Estados Unidos y retomamos la grabación de La Voz para Telemundo, que fue muy retador, con las galas en vivo sin público en Cisneros Studios. Ese proyecto acabó y pronto empezaremos otra producción', señaló.

Un gran trabajo está haciendo el equipo del grupo Cisneros en la Pandemia, con altos estándares conseguidos como se vio en la emisión de Miss Venezuela estas semanas. Prensario habló con Jonathan Blum, su presidente de media tanto para tv abierta como tv de paga, junto al director comercial Carlos Cabrera. Aquí hablaron sobre ese verdadero caso de éxito, sus otros proyectos durante la pandemia y acuerdos importantes de pay tv como con Telefónica de Perú.

Nuevo Modelo de producción no presencial

Dijo Jonathan Blum: 'Tenemos las ventajas de operar en varios países con un nuevo modelo de producción que incluye lo no presencial, con el cual hemos podido llevar adelante y cerrar nuevos contratos en la pandemia. La magia de este nuevo esquema es poder combinar.

Entre ellos sobresalió el proyecto para Nickelodeon y Noggin, en una mezcla de imágenes de librería y alguna toma en vivo desde Argentina con niños grabados de forma individual. También tenemos un acuerdo

En PayTV tuvimos que migrar directamente a formatos a la casa en un alto porcentaje en Miami o Venezuela para programas como Más Top y Más de ti. Pero aquí también descubrimos varias ventajas que vinieron para quedarse donde el talento manipula las cámaras seteadas. En Venezuela la producción fue muy constante, con un programa de horóscopos que se llama Los Astros cada vez en formato más largo, y varios magazines'.

Aumento de la sintonía en lineal y no lineal

Esto destacó Jonathan junto a Carlos Cabrera: 'Una vez que comenzó la pandemia se incrementó la sintonía y luego la mantuvimos, con un crecimiento todavía superior en Junio-julio. Es un fenómeno importante, pues se cansaron de lo no lineal y volvieron a lo lineal. En USA nos ayudó mucho a que descubrieran el canal; estamos en un paquete de 50 canales y pasamos del lugar 15 que ya era importante al número 8 en Latino.

Por otro lado, tuvimos mucho éxito con nuestra programación tradicional como las novelas en todas las plataformas digitales, incluso en YouTube donde era difícil imaginar

productos de una hora de duración'.

Caso de éxito para Miss Venezuela

Destacó especialmente Jonathan Blum sobre lo que fue la gran producción de Miss Venezuela. 'Realizar lo que llamamos la Temporada de la Belleza, que tenemos en pantalla abierta en Venezuela y en cable con VePlus, fue un gran reto. Siempre es un proyecto muy ambicioso con 100 personas en escena y todas las chicas acompañadas de mucha cantidad de producción y vestuario. Habíamos seleccionado a las 22 candidatas antes, y tomamos la decisión de continuar el proyecto durante toda la pandemia, aunque tuviéramos que hacerlo el 100% desde las casas.

Lo primero que ocurrió es que el proceso de formación de las chicas las tuvo seis meses conectadas tres veces a la semana. Esto en clases con instructores no sólo de Venezuela sino de Miami o Europa, para montar coreografías y entrenarse, lo que hubiera sido imposible en un año normal. Hicimos grupos pequeños para poder tener ensayos más grandes con toda la seguridad sanitaria, incluyendo las pruebas de Covid, y logramos comenzar a grabar con meses de anticipación. Nuevamente, fue un gran reto de producción y post producción para ensamblar todo en 2 horas y media. Las chicas vivieron grandes días, lo más interesante, cada etapa de elección lo hicieron de la mano de su familia. Así llegamos a las 10 semifinalistas, 5 finalistas y las ganadoras que representarán el año que viene a Venezuela en Miss internacional, Miss World y Miss Universo. Preferimos no imponer las coronas a todas y al día siguiente de la emisión trajimos a las ganadoras para ser coronadas'.

Gran lanzamiento con Telefónica en Perú

'En la parte de afiliados también hubo muy buenas noticias con el lanzamiento junto a Telefónica en Perú. Fue en junio e implicó la vuelta al servicio básico, para sumar casi un millón de suscriptores y seguir creciendo. Incluye la categoría de venta directa y servicio al hogar; estamos muy contentos y seguiremos haciendo nuevas cosas con ellos', destacó en este punto Carlos Cabrera.



Mariangel Villasmil, Miss Venezuela que participará de Miss Universo



Alejandra Conde, Miss Venezuela que participará en Miss World



Isabel Cristina Parra, Miss Internacional de Venezuela que participará de Miss Internacional

LO MEJOR DEL DEPORTE ESTÁ EN TyCSports



Somos el canal N° 1 del deporte argentino

Porque llegamos a millones de hogares de Argentina y el resto de América con la transmisión de los principales eventos deportivos. Porque tenemos una programación única con más de 17 horas diarias en vivo. Porque somos líderes en la producción de contenidos multiplataforma y en la creación de productos de actualidad y entretenimiento digital. Porque entendemos mejor que nadie la pasión, la emoción y el color del fútbol argentino.

TyC Sports play

TyC Sports.com

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



EWTN: El Canal Católico, siempre cerca de los operadores

Su función es más importante que nunca en la pandemia



María Eugenia Ramos Mejía

María Eugenia Ramos Mejía, directora regional para el Cono Sur incluyendo Perú para EWTN, comentó a **Prensario**, en un año donde sin duda, la importancia del canal católico ha sido mayor que nunca a la hora de acompañar a la gente en sus casas: 'Este año 2020 ha sido muy diferente para todos en todo el mundo. Cada país, cada región lo ha vivido con sus particularidades, desde su realidad sanitaria, climática, económica, política. Lo que todos hemos compartido

es la necesidad de la comunicación virtual. En esto, EWTN ha sabido ser y ofrecer un espacio inestimable de conexión, de vínculo, de cercanía y de contención que siempre ha llevado a los hogares pero que este año ha demostrado ser más que necesario y apreciado que nunca antes. Si bien es distinto, este año nos encuentra participando en las "expos" de la manera como se pueden ofrecer, virtualmente, para seguir cerca de los operadores, y continuar ofreciendo nuestro contenido a los sistemas, que saben cuán fundamental es su servicio hoy en día. Acompañamos y seguiremos presentes este año para los operadores de la región: "Enc-VirTel", Andina Link Virtual, Asunción & Bolivia, Expo Convergencia, Expo Prensario Cono Norte & USA; participaremos también en Jornadas y

Expo Prensario Cono Sur, y estaremos disponibles, como habitualmente, a través de nuestros canales de comunicación para los operadores de la región', remarcó.



AD INSERTION

PLAYOUT

GRAPHICS

Monetice sus redes con inserción de **publicidad**.

VEAS es la solución integral más avanzada para inserción de publicidad digital

Monetice sus redes Server Side (HFC, IPTV) o Client Side (OTT, VOD, Webcasting y Digital Signage), utilizando estándares SCTE y VAST (DAI targeted advertisement) en una plataforma de arquitectura abierta que incluye CUEI, CUE TONE, playlists, reportes, ordenes de publicidad y clientes, con un sistema de licencias flexible perpetuo o de servicio (SAAS). El mayor ROI garantizado! y soporte en español del fabricante.



WWW.VEAS.TV

Distribuidor Autorizado



Para más información sobre VEAS, contáctenos al 954.427.5711 o visite www.amt.com



LA MEJOR PRORAMACIÓN EN FRANCÉS



TV5MONDE
EL CANAL EN FRANCÉS PARA TI

YouTube Facebook Instagram Twitter Pinterest @TV5MONDELATINA

Feria ExpoComuTV: Con los objetivos intactos para 2021

Uniando sectores y apoyos de la industria

En esta edición especial de *Prensario* para el Cono Norte, que busca no dejar sin expresión a todos los sectores del mercado de Pay TV, que se reunían en las expo que no pudieron realizarse por la pandemia, es muy importante destacar aquí nuevamente a Colombia. En particular al querido **Sergio Restrepo**, que además de ser el titular del sistema con fines de lucro **Cable Mío**, lleva adelante desde hace muchos años, el proyecto de la feria **ExpoComuTV**, que partió como la única dedicada al sector comunitario y que ahora buscaba volver a representarlo. Dando lugar a otros sectores de acuerdo a la evolución del mercado. Iba a ser en mayo, luego en octubre y finalmente: 'Después de ver el comportamiento de la emergencia sanitaria en Colombia por el Covid-19, se decide la cancelación de la Feria ExpoComuTV 2020 para el próximo año en nuestro espacio habitual mes de mayo 5 y 6', confirma Sergio.

Transformación con la nueva Ley TIC en Colombia

Pese a esa suspensión, la evolución sigue: 'La Feria se ha transformado con respecto a la nueva ley Tic en Colombia, por lo que está abierta a todo público, comunitarios, cable operadores y los ISP, ya que todos buscamos lo mismo, ofrecer un mejor servicio en materia de telecomunicaciones; de allí sale nuestro nombre Expo de Feria, Comu de comunicaciones y TV de Televisión, todo en un mismo lugar. Sin importar el título habilitante que se tenga, lo más importante es poder conocer de lo último en tecnología, para ofrecer un mejor y eficiente servicio y por supuesto todo el tema de Canales, contenido y video en demanda que día a día está más popular con las nuevas plataformas que entrarán a competir con una televisión lineal o tradicional'.



Los operadores comunitarios que pueden dar el salto a la tv por suscripción

Agregó sobre un tema siempre importante: 'Creemos que es hora de algunos comunitarios que son muy grandes en algunos territorios del país, hagan el salto a televisión por suscripción sin perder sus principios comunitarios y su carácter local que los diferencia. Esto es importante, ya que a muchos de los cableoperadores actuales, incluso de empresas internacionales, sólo les interesa crecer sin importar que comunidad se afecte. Esto es pues llegan con súper ofertas y paquetes de Televisión e Internet que hace que sea fácil desplazar el usuario que esta acostumbrado solo 7 señales codificadas. Contra eso, si estos comunitarios hacen bien su migración a ningún operador le va a resultar fácil o atractivo entrar a su territorio, pero de lo contrario ven un mar de oportunidades para ofrecer contenido que ellos no pueden darle a sus suscriptores'.

Aliados en el sector

Enfatizó Sergio: 'Creo que todo el sector de contenido y tecnología sabe que la feria a través de los años ha traído innumerables relaciones comerciales con los comunitarios, pequeños cableoperadores y los nuevos ISPs que ven día a día como ingresar a las grandes ligas de la Televisión. Esto como un negocio o lo más importante como el valor agregado a su portafolio de internet. Es por ello que hemos contado con el apoyo de todos los proveedores de contenido como **Televvd, Discovery, Espn, Fox, Disney, Turner, Azteca, Televisa, Globalmedia, Neva Network** y **EWTN** con **Amparo Pérez** que es de las primeras en decir siempre que sí. Ellos además de todos los distribuidores de tecnología como **Sí-ditel, TCA, Cableservicios, Optitimes, FIS, Fycoy Alectron** entre muchos más que nos apoyan. No quiero dejar a un lado los que son nuevos en el negocio y que tendrían



Sergio Restrepo, presidente de ComuTV



Jorge y Javier Rojas de Antenas Estrella de Bogota con Alejo Smirnof de Prensario

un buen rol en la feria como **Internexa, Century LinkyMediacomers**, que día a día nos ofrecen diferentes alternativas para mejorar e incrementar las velocidades al consumidor final.

Junto a ASOTIC y NAISP para el próximo año

'Creemos que la feria está para todos los públicos y lo más importante que es una feria gratuita en donde los visitantes vienen a hacer negocios y a amplificar sus próximas actualizaciones de red, grilla de canales o valores agregados que puedan monetizar su Red. Continuaremos con el apoyo de ASOTIC, NAISP y otras organizaciones que son importantes en el sector de las Telecomunicaciones y el sector TIC. Por esto y mucho más los esperamos el próximo año más fortalecidos que nunca y lo más importante nos volveremos a ver para comentar todas nuestras experiencias, desafíos y oportunidades que nos dejó este tan especial 2020', concluyó Sergio Restrepo.

MEDELLÍN - COLOMBIA
www.expocomutv.com

expo
comu tv
2021
Comunicaciones y Televisión

Mayo
5 y 6
2021

Expocomutv es la feria de las telecomunicaciones y la Televisión cerrada en Colombia, que permite impulsar las relaciones comerciales, ampliando los vínculos de negocios con los programadores internacionales; suplidores de tecnología, participación de las autoridades de TV, actualización de plataformas digitales y tecnologías de punta.

Inscríbete, Separa tu Stand

Centro de convenciones Aburrá Sur, Itagüí
Cra. 50 #47-16, Medellín | Colombia
info@expocomutv.com

¿Y TU EMPRESA YA ESTÁ
EN EXPOCOMUTV?

TV Agro se incorpora a DIRECTV Colombia

Presente en 16 países de Latinoamérica



Piedad Martínez, responsable comercial de Global Media

La señal internacional agropecuaria **TV Agro**, de la productora colombiana **Global Media**, se incorporó en la parrilla de **DIRECTV Colombia** en el canal 152. El canal actualmente tiene cobertura no solo en Colombia, sino también en 16 países entre los que se encuentran: Perú, Ecuador, Bolivia, Venezuela, Chile, Guatemala, Honduras,

El Salvador, Costa Rica, República Dominicana, Panamá y Argentina. En este nuevo acuerdo realizado de la mano con **Willie Hernández de Condista, TV Agro** se posiciona en su mercado originario y lo hace con el DTH líder en toda la región. La señal suma buenas noticias, puesto que hace poco, ingresó en la plataforma de TuVes con **Altice** de República Dominicana; **Viva**, del mismo país; **CableOnda**, de Panamá entre otras operaciones en la región. Para **Piedad Martínez**, responsable comercial de **Global Media**, con el confinamiento, los remates realizados por **TV Agro** en alianza con Fedegán y ahora con **Asocebú**, cobran una importancia relevante ya que dan la oportunidad a los televidentes de estar al día con las técnicas agropecuarias innovadoras y exitosas para que sean aplicadas en sus diferentes procesos agroindustriales. Con la señal en HD, el sonido de los animales y los colores del campo se poten-



cian a través del canal, el universo animal, las plantas, las siembras, los cultivos, los procesos agroindustriales, y en general, la biodiversidad que encontramos en el planeta tierra, con producciones en 4K, realizadas en diferentes partes del mundo incluyendo Chile, Argentina, Brasil, Perú, Colombia, Centroamérica, Israel, África, Indonesia y Europa. Agrega Piedad: 'El canal desarrolla los temas de una manera didáctica e informativa, entretiene y capacita a su vez en temas como: las razas equinas, ganaderas, su manejo y aprovechamiento, el cuidado de las mascotas, los cultivos, desde la siembra hasta la cosecha, las plantas y las flores con sus usos medicinales y terapéuticos, procesos agroindustriales del vino, el algodón y mucho más del mundo apasionante del campo'.

DHE llega a DirecTV Panamericana

Lanzamiento en Altice de República Dominicana

DHE, el canal de televisión por suscripción de Latinoamérica, ya se encuentra disponible en la grilla de programación de DIRECTV. El canal se puede ver a través del Paquete Oro, y los usuarios podrán sintonizarlo a través de sus pantallas por el canal 1513, en audio español latino y con la opción SAP en idioma original. También tendrá presencia en DIRECTV GO. En su grilla se podrán encontrar series y películas tales como: *The Sinner*, *Happy!* y *Taken* temporadas 1 y 2. Además se pueden disfrutar de producciones como *El Ejecutor*, *Mentiras Mortales*, *El Redentor*, *Los ilegales*, *Mátalos Suavemente* y muchas otras producciones sin cortes comerciales.



Lanzamiento en República Dominicana

DHE anuncia que ya forma parte de la grilla de programación de Altice, se encuentra disponible en el plan superior y el plan max. Más dominicanos ya tienen a su disposición todo el entretenimiento de DHE, por el canal 327. DHE cuenta con producciones como *The Good Place*, *Hampstead*, *Ploey*, *The Last Face* o *El barco Fantasma*. A pesar de las dificultades que se atraviesan, el canal DHE sigue creciendo en su audiencia, en calidad de su contenido y en distribución, llegando a más de 2 millones de nuevos suscriptores, superando los 10 millones en toda la región. Cabe destacar



Julio César Gómez, CEO de DHE

las nuevas incorporaciones del canal a DirecTV y a Altice.

Bridging the analog and digital worlds

Supporting both analog and digital transmission modules, the AIMA3000 provides ultimate flexibility during the network transitions.

AIMA3000 | Multi-Service Transport Platform

Industry leading transport platform for HFC, RFoG, and DAA applications

- High density - up to 64 return RX or 64 forward TX in one 4RU chassis
- Built-in spectrum capture and forward path digital signal demodulation (MER, BER, Constellation)
- Remote-PHY application modules for smooth DAA migration
- Hot-swappable application modules with auto-config feature
- Remote firmware management

Contact PBN to find out how you can plan your network transition differently.



Email: info@pbnglobal.com

www.pbnglobal.com

Enabling Smart Networks

Xtime Channel y CineClic ya disponibles para OTT



Batista Galizia con Prensario en Miami

Barrons Corp fueron visionarios a la hora de elegir sus canales como empresa dedicada al mercadeo de señales de televisión por cable y la producción de contenidos para Latinoamérica. Por la ocupación de sus socios, tienen experiencia en las bondades de la tecnología

y conocen las posibilidades de la televisión paga, remarcó a **Prensario Batista Galizia**, su responsable comercial para Latinoamérica.

El grupo comenzó en 2009, cuando empezaron con **XTIME Channel**, una señal de televisión paga con estrenos semanales de películas subtitradas y dobladas al español que hoy llega a los países latinos de habla hispana con el ambicioso título de Tu cine en casa que tenía antes que nadie la percepción de dar contenido premium en el servicio básico a los operadores.

De la misma manera, ser adelantaron al suceso de las series y en 2012 comenzaron con **Cineclick**, un canal que ofrecía series premiadas y reconocidas por el público como *True Blood*, *Mad Men*, *Grey's Anatomy* y *Numb3rs*, entre otras.

Ambos canales tuvieron muy buena distribución especialmente en la región Andina por el trabajo de distribución de **Hortensia Espitaletta** y su empresa Signal, y también



avanzaron sobre México y el resto de los países.

Luego hicieron un acuerdo estratégico con **Miami HD Media**, una compañía con experiencia en media networks. Esta alianza nos permite dedicarnos a la producción de contenidos y brindar servicios innovadores de producción y postproducción en el ámbito de la televisión paga.

Ahora según, adelantó Batista a Prensario, están entrando con fuerza en la era del OTT y para eso están buscando buenas alianzas para llegar a los nuevos ISPs, Internet Service Providers, que están abriendo mercado en toda la región.

Esto podrá ser para paquetes pre armados que se les ofrezcan a estos nuevos operadores, pues tienen todos los derechos para ofrecer el material de sus señales en OTT o VOD. Igualmente, también avanzarán con una solución propia para ISPs y cableoperadores que puede generar gran repercusión en toda la región.

TV5 Monde renueva su imagen y programación en LatAm

La cadena internacional de televisión francesa, anunció el 50% de su programación subtitulada

TV5Monde, la primera cadena mundial televisiva en francés, cuyo objetivo primordial es difundir y compartir la diversidad de culturas y puntos de vista, renueva su imagen y adapta su contenido con más de 13 hs de subtítulos por día para toda América Latina & Caribe.

Buscando adaptarse al público latinoamericano, ofrece a sus televidentes, en horario prime-time, el 50% de su programación subtitulada en castellano y portugués, lo que le permite, además de constituirse en el canal de los francófonos y francófilos, en una señal para el público en general.

Entre el contenido destacado, la señal presenta películas y series de habla francesa,

noticias las 24 hs del día, eventos deportivos por semana como fue el Tour de France, Liga Francesa de Fútbol, Rugby, documentales, entretenimientos para niños y adolescentes y una gran variedad de programas para todos los gustos (moda, arte, gastronomía, lujo, etc).

En el transcurso de estos años, TV5Monde ha sabido adaptarse a las particularidades del mercado local, alcanzando más del 60% de penetración en LatAm y el Caribe, llegando a 9 millones de hogares.

Además de contar con programas como



Jorge Fiterre y Willie Hernández de Condista con Lizbeth Erickssen y Frederic Groll-Bourel de TV5

protagonistas, ofrecen contenido adaptado para niños y programas de aprendizaje de francés, que también se encuentran vía Web y aplicaciones gratuitamente.



Skyworth

The Leader in DTH / ASO / Cable / IPTV



3rd Largest STB Manufacturer Worldwide

Bridging the Gap Between Ideas and Realities

Connecting to the Future Smart Life

MAIN OFFICES

Johannesburg, SA Delhi, India Shenzhen, China Vienna, Austria Mexico City, Mexico

Find Our Local Representatives at :
DiegoCarrera@skyworth.com
Mendezv@skyworth.com
Our Website: en.skyworthdigital.com

MIC: foco en nuevas tecnologías para sus clientes

Katya Sagastizábal, directora de la empresa de representación MIC de Perú, destacó que en la pandemia respondieron con una postura joven, sensible e innovadora a sus clientes en Región Andina.

'MIC tuvo que escuchar día a día a través de nuestras llamadas diarias de nuestros clientes como les afectó el COVID-19. Escuchó como se sentía el ser humano que estaba detrás de nuestros clientes, sentimos a muchos de ellos quebrarse por tener seres queridos que se nos adelantaron, colaboradores, amigos, clientes. Día a día fuimos conectando más con nuestro público, conociéndolos, descubrimos lo que les apasiona, lo que anhelan, lo que les mueve el corazón, así que para nosotros resultó un gran reto, entregarles lo que nuestro cliente necesitaba, no lo que teníamos.'

En cuanto a su adaptación en los tiempos que corren comentó 'Fue uno de los mayores retos que tuvimos en 16 años que tenemos en el mercado andino, así que nos aliamos con MCG, empresa chilena que crea contenidos para canales de TV y levantamos 12 nuevos canales temáticos, para ser transmitidos por la tecnología IP.'

Incorporación de Nuevas Tecnologías

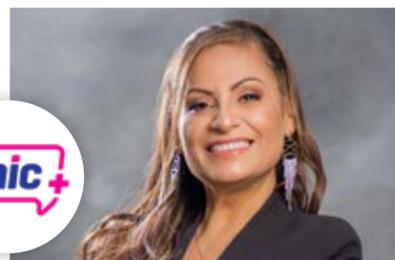
'También crecimos con un equipo de in-

genieros especializados en tecnología IP, transporte de señales, equipo de audiovisuales creativos, comerciales, mientras otras empresas reducían personal, el equipo creció y se internacionalizó. Contamos con colaboradores ingenieros en Chile, audiovisuales en Ecuador, diseñadores en Venezuela, comerciales en Perú, y todos acompañando a los clientes en el proceso de transformación digital de sus plantas. Ahora podemos decir tarea cumplida, tenemos más de 320 cabeceras en toda región andina entre Perú, Ecuador, Bolivia, Chile, Costa Rica, y vamos por más, es sólo el comienzo.

Creo que eso es lo maravilloso, nunca los ví tan comprometidos con innovar que en estos últimos 6 meses, es decir lo que nuestros clientes no hicieron en 12 años de operaciones, lo han hecho en 6 meses, es increíble como retó al cliente de Región Andina esta pandemia.

MIC siempre está abierta a sumar nuevos canales, pero creo que actualmente estamos enfocados en que las nuevas tecnologías se posicionen en nuestros clientes, que siempre confiaron en nosotros y que han podido corroborar que conocemos el mercado mejor que nadie'.

En los aspectos que mejor se afrontaron



Katya Sagastizábal

Katya contestó: 'Estos meses te diría que hay muchos aspectos que considerar, los clientes observaban que sino reaccionaban rápido, desaparecían, así que tuvimos que ir incorporando canales propios low cost, para que puedan afrontar esta crisis. Canales IP que se levantaron tan rápido como llegó el COVID-19 a nuestras vidas y tuvimos que aprender a convivir con él. Con los nuevos canales de TV que fuimos incorporando con contenidos muy cercanos a su realidad, contenidos de su región, contenidos que olían a los Andes, sabían a lo nuestro.'

Disposición para sus clientes

'Nuestra filosofía para los clientes es TU ELIGES el contenido, el tiempo de contrato, si desea le cambiamos un canal por otro en segundos, , decides donde y como lo incorporas, es decir que tiene el poder de decidir, eso gustó mucho, no hay paquetes, no hay mínimos, no hay contratos de adhesión, tenemos colaboración mutua y confianza, somos aliados'.

TyC Sports: Vuelve el automovilismo en vivo

La pantalla de TyC Sports ya se prepara para el mes de octubre con regresos tales como el automovilismo junto al equipo de *Carburando*, la marca líder del mundo turca que desde hace 60 años lleva a todos los hogares las carreras más emocionantes de las principales categorías del automovilismo argentino. Tras la postergación provocada por la cuarentena, Los clásicos Super TC 2000 y el TC 2000 junto con Top Race con los autos de alta gama con potencia de motores V6, salen a las pistas para brindar el show y adrenalina.

Entre los destacados del mes en la señal de deportes argentina destaca *Boxeo de Primera* todos los fines de semanas a las 23 hs. Con las mejores veladas nacionales e internacionales que enfrentan a los boxeadores más competitivos por títulos mundiales, sudamericanos y argentinos de todas las categorías. El programa *Superfútbol*, donde se analizan y debaten los temas más importantes del deporte. Con la conducción de Diego Díaz y la participación

especial de un equipo de periodistas que debatirán sobre la actualidad. Con móviles, invitados, las polémicas y el debate futbolero más apasionante. De lunes a viernes de 12:00 a 14:00 hs. Otro de los destacados es *Liberó*, a continuación de Superfútbol, Ariel Rodríguez y Ariel Senosiain se unen para que la tarde explote de fútbol con la mirada analítica que los distingue.

Siguiendo con los clásicos de la señal, en octubre *Planeta Gol*, con Pablo González y Fernando Lavecchia presentan su manera de disfrutar los aspectos estéticos, lúdicos y llamativos del fútbol con un show de goles, patadas, atajadas, burradas y curiosidades que ya es un clásico de la TV. Además, continúan *Sportia*; *Presión Alta*; *Programa Sin Nombre*; y *#Bonadeo*, donde Gonzalo impone su sello al mediodía del domingo en un magazine deportivo, dinámico y entretenido que combina actualidad, análisis, entrevistas, gastronomía,



Super TC 2000

la previa de la fecha, los informes especiales de Andrés Burgo y el imperdible show de Aníbal Hugo. Con la participación especial de Guido Bercovich. Los domingos a las 20 hs. se podrá disfrutar del resumen de la semana con *Estudio Fútbol*. Gastón Recondo, Marcelo Palacios, Hugo Balassone, Martín Arévalo y Agustín Fantasía salen a la cancha para analizar y debatir todo lo que dejaron los partidos del fin de semana, con el compacto de los partidos, los goles, las polémicas y las declaraciones de los protagonistas.

Delivering Everything You Need to Compete



Let Amphenol Broadband Solutions demonstrate how its global technology leadership can help you with your most pressing network challenges in an innovative and sustainable way.

- Wireless
- FTTx
- R-PHY
- Satellite
- Wireless Backhaul
- Fiber Deep
- 5G/Small Cells
- HFC
- IoT
- Customized Training
- Engineering
- Installation

For more information visit us at amphenolbroadband.com

TFC South America S.A.

Av. Sarmiento 786 - 9A - Resistencia - Chaco - Argentina
Tel. +54 362 440 4457 - e-mail: info@amphenol.com.ar

Amphenol
Broadband Solutions®

SportTV Series Latam y US Hispanic, grandes expectativas con su edición virtual

Sportv Series Latin America & US Hispanic, en su segunda edición, buscará dar respuesta al creciente interés en la convergencia de la tecnología de la TV y el desarrollo del negocio de los deportes en la región. La conferencia virtual se realizará el próximo martes 6 de octubre y hará foco en cómo las nuevas tecnologías están cambiando el negocio de los deportes en TV. El encuentro, que tendrá paneles y stands digitales, se posiciona como la reunión anual de los principales jugadores del negocio televisivo en la región.

Patrocinadores del evento

El evento está patrocinado por **Irdeto**, **Flowics**, **Insys Video Technologies**, **Friends MTS** y **Accedo**. Participarán del debate como panelistas importantes ejecutivos de **Directv Sports**, **Turner**, **TUDN**, **Claro Sports**, **Fox Sports**, **Fanatiz**, **Poipes**, **Concacaf**, **MLS** y **TV Azteca**, entre muchos otros. Esta segunda edición, reunirá a más de 400 ejecutivos de ligas deportivas, clubes, equipos, propietarios de derechos, operadores TV paga, telcos, broadcasters, plataformas OTT y toda la industria de los medios de comunicación y entretenimiento, para discutir las tendencias de vanguardia y los conocimientos tecnológicos futuros que transformarán el ecosistema deportivo global. Algunos de los principales temas de debate del evento rondarán en torno a cómo introducir el “boom” de los esports en la TV paga; cómo negociar acuerdos de derechos de transmisión deportiva en el contexto del Covid-19 y el fan engagement en la nueva normalidad, con estadios vacíos.

La conferencia y exhibición virtual cuenta con registro gratuito para ejecutivos de empresas operadoras de TV paga con canales de deportes, TV abierta y OTTs de deportes de América Latina, previa registración. Sportv Series Latin America está organizado por **Dataxis**, empresa global especializada en estudios detallados de mercado, eventos de alta calidad y medios especializados de gran alcance para los sectores de las telecomunicaciones y de la televisión en más de 200 países alrededor del mundo.

Nuevos panelistas se suman a la conferencia y exposición virtual

Los principales ejecutivos y tomadores de decisiones de los Canales Deportivos, TV Paga, Ligas, Equipos, Propietarios de derechos y OTTs formaran parte de la nueva plataforma virtual: **Heidi Pellerano** de **Concacaf**, **Jose Platao Rocha** de **DirectTV Sports**, **Mauricio Correa Peña** de **Mediapro**, **Luis Santos** de **Fox Sports Brasil** y **Guillermo Santa Cruz** de **IMG Media**.

Webinar de Dataxis sobre impacto de la piratería en las transmisiones deportivas en vivo

Dentro de la serie de foros virtuales organizada por la consultora **Dataxis** sobre diferentes temas del negocio de televisión y contenidos audiovisuales, se realizó uno sobre las dificultades que plantea la piratería a las transmisiones en vivo de eventos deportivos. Con moderación de **Ariel Barlaro**, VP para las Américas de **Dataxis**, participaron en la reunión **Matías Rivera**, de **Fanatiz**; **Gustavo Lerner**, de **Verimatrix**, y **Pedro Freire**, de **TyC Sports**.

En la jerga de la televisión, se denomina “piratería” a la retransmisión ilegal –sin derechos intelectuales– de programación generada por empresas autorizadas. Barlaro explicó que, con la digitalización de las transmisiones oficiales, este problema ha asumido importancia por la calidad técnica lograda por estas irrupciones y por la proliferación en distintos países de servicios IPTV que, sin tener los derechos, ofrecen la señal de centenares de canales de televisión de todo el



Heidi Pellerano de Concacaf, Jose Platao Rocha de DirectTV Sports, Mauricio Correa Peña de Mediapro, Luis Santos de Fox Sports Brasil y Guillermo Santa Cruz de IMG Media

mundo, por un pago mucho menor que el requerido por los cableoperadores autorizados. Lerner explicó que, desde el punto de vista técnico, existe un recurso ‘forénsico’ para identificar a los responsables de la toma ilegal, denominado “marca de agua”. Esto consiste en agregar a la señal, en distintos lugares de su recorrido, una marca no distinguible a la vista pero que permite identificar de dónde ha sido tomada y, en consecuencia, actuar con los responsables del delito. Freire: ‘Los tenedores de derechos debieran mostrar una acción contra la piratería; el deporte tiene una carga emocional muy especial, es un fenómeno de necesidad. Detrás de este tipo de piratería hay corporaciones muy grandes’ y citó la frase ‘no hay que enojarse, hay que hacerse el enojado’. Rivera señaló que ‘La piratería es un buen negocio para los delincuentes, es muchas veces manejada por grupos mafiosos, que logran ingresos incluso cobrando una suscripción’.

Patrocinadores



LIVEU

LU800

ONE UNIT.
UNLIMITED POSSIBILITIES.



LEARN MORE



El panel de Dataxis sobre Piratería en transmisiones deportivas

Flowics potencia su solución de Cloud Graphics

Para optimizar el trabajo remoto



Candela García Villanes

Flowics es una de las plataformas para producción de contenidos interactivos más completa del mercado. **Candela García Villanes**, directora comercial de la empresa, dialogó con **PRENSARIO** sobre las novedades de la empresa y las tendencias del mercado.

'Flowics es el líder en Latinoamérica como plataforma para la producción de contenidos interactivos. Construimos relaciones de largo plazo en la región brindando una solución que ha permitido a nuestros clientes hacer a la audiencia parte de sus contenidos en TV, monetizar esta interacción y desarrollar

estrategias multiplataforma. Luego, con la incorporación de nuestra solución de *Cloud Graphics*, nos acercamos aún más a las áreas de operaciones facilitando flujos de operación remota, y que requieren una estructura de costos más liviana'.

Potenciando la solución de Cloud Graphics

'Desde que comenzó la pandemia nuestros esfuerzos estuvieron enfocados en potenciar nuestra solución de *Cloud Graphics* para producción remota. Incorporamos nuevas funcionalidades como el soporte de animaciones avanzadas, para crear gráficas con calidad Broadcast, pero con tecnología cloud. También agregamos soportes para integrar datos de diversas fuentes externas para crear gráficos con datos en vivo. Sumamos nuevas alianzas e integraciones con herramientas de producción y organizamos una serie de Webinars para capacitar a la industria y ayudarlos a adaptarse a esta nueva normalidad'.

Tendencias en flujos de producción

Sobre las tendencias actuales, la ejecutiva dijo: 'Puntualmente respecto a las tendencias en flujos de producción hay nuevas prácticas, que aún cuando la pandemia quede superada seguirán en práctica. La utilización de flujos de producción en la nube y remota, combinado con la evolución tecnológica y de conectividad, definitivamente seguirá creciendo y siendo parte del día a día de los generadores de contenido. Nuestros clientes pueden sumar a sus transmisiones contenido proveniente de redes sociales, realizar polls y distintas mecánicas de interactividad nativas para invitar a la audiencia a participar en el sitio/app del medio y así aumentar el tráfico/time on-site, como también ampliar su inventario publicitario.

Flowics tiene la particularidad de solucionar varias necesidades con una única plataforma, pudiendo hacer una excelente relación costo-beneficio. Con nuestra solución muchas veces alcanzamos los servicios brindados por 2 o más proveedores'.

Ross Video lanza nuevos productos mientras presenta Ross Live 2.0

Luego del éxito de *Ross Live*, la empresa presentó su segunda edición del evento. *Ross Live 2.0* se lleva a cabo desde el 15 de septiembre y cuenta una duración de 8 semanas.

PRENSARIO dialogó con **Jason Barden**, director de ventas para América Latina de **Ross Video**, quien afirmó que la empresa ha continuado con el desarrollo de sus productos: 'La ingeniería de *Ross Video* tiene más de un año trabajando en muchos nuevos productos.

En **Ross Live 2020** presentamos en vivo lanzamientos de varias líneas de productos de robótica, infraestructura, routing, y producción'.

El ejecutivo agregó que la empresa está desarrollando diversas soluciones para el mercado latinoamericano: 'En América

Latina, aprovechando esta campaña de *Ross Live 2020*, hicimos nuestra propia serie de eventos en línea en español, en el cual hemos hecho presentaciones vía web y también capacitaciones de varios productos como *Dashboard*, que es el software de sistemas de control que puede juntar todos los equipos de *Ross* y también de *Piero*, que es una empresa que adquirimos y que hace análisis deportivo. También hicimos tres cursos de *Xpression*.

Acerca de las soluciones de producción remota que ofrece la compañía, destacó *Over-Drive*: 'Nuestro sistema de automatización, en el que un solo operador puede controlar todo, desde es el switcher, a la gráfica o el playout.



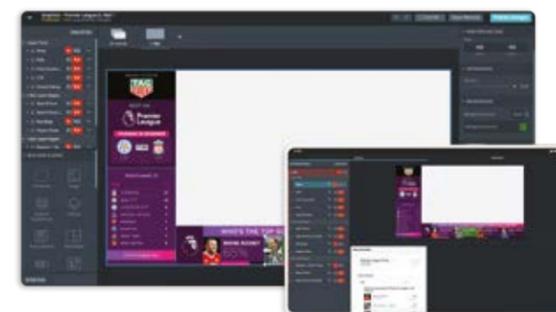
Jason Barden, director de ventas para LatAm de Ross Video

Cabe destacar también el lanzamiento de *Kiva Live Presentation Server*, la nueva plataforma de medios que complementa el servidor de producción *Tria* existente y las soluciones de servidor de reproducción *Mira* de *Ross*.

OPTIMIZA TUS FLUJOS DE PRODUCCIÓN.

SOLUCIONES DE GRÁFICA Y PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIAS PARA PRODUCIR CONTENIDOS MÁS INTERACTIVOS.

CLOUD GRAPHICS



Crea y edita gráficas 100% cloud-based, con operación remota. Integra redes sociales, interactividad e información de diversas fuentes externas en gráficas sencillas de crear. Disponible para todo flujo de producción (SDI, NDI, Cloud-based).

AUDIENCIA PARTICIPATION



Crea experiencias de interactividad con el público en redes sociales y propiedades digitales, para atraer, retener y monetizar a tus audiencias en todos los entornos digitales. Encuestas, votaciones, puntuaciones, trivias y más.

¿ESTÁ TU PRODUCCIÓN PREPARADA PARA EL FUTURO DEL ENTRETENIMIENTO?

FLOWICS

AJA Introduces New Streaming, IP, 12G-SDI, Scan Conversion Solutions, and Updates



Unveils BRIDGE LIVE multi-channel HD/single-channel UltraHD encoder/decoder/transcoder; OG-DANTE-12GAM 12G-SDI-Dante 64-channel audio embedder/disembedder;

OG-ROI-SDI scan converter; and more

Grass Valley, CA (September 24, 2020) – AJA Video Systems today revealed powerful new solutions and updates to help professionals keep pace with the ever-increasing demand for higher raster live and on-demand content. AJA's latest developments include BRIDGE LIVE, which makes it easy to securely and reliably transport UltraHD or multi-channel HD video with a range of codec choices and secure transport protocols over public internet; the OG-DANTE-12GAM 12G-SDI to DANTE 64-channel audio embedder/disembedder; the OG-ROI-SDI openGear scan converter; and Ki Pro Ultra 12G v2.0 firmware. Useful for applications in entertainment, education, houses of worship, sports, live events and beyond, the new solutions help facilitate remote broadcast, streaming, production, post, and ProAV workflows, while also simplifying on-set cabling at a time when social distancing and remote work setups are crucial.



AJA BRIDGE LIVE

A turnkey 1RU solution featuring deep metadata support, BRIDGE LIVE simplifies the transport of UltraHD or multi-channel HD video between uncompressed baseband SDI to/from a wide range of streaming and contribution codecs (H.265, H.264, MPEG-2 and JPEG 2000) in real time. The plug-and-play gateway solution supports a flexible array of containers and protocols, including SRT, RTMP/S, RTP, UDP, and MPEG-TS, and extends to Adaptive Bitrate (ABR) ladder profiles and hand off for OTT packaging. Combining AJA's production proven I/O technology with Comprimato's powerful encoding/decoding/transcoding

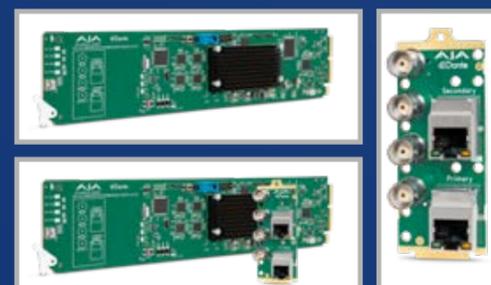
software, it provides high-quality, cost-effective video processing, with SDI encode or decode for one channel of UltraHD up to 60p, or up to four channels of 1080 60p HD simultaneously, via four 12G-SDI connections that are also backwards compatible to 6G, 3G, and 1.5G SDI. AJA also offers a perpetual BRIDGE LIVE license for encoding/decoding JPEG 2000 VSF TR-01.

Available now through AJA's worldwide reseller network for \$14,995 US MSRP. Pricing for the JPEG 2000 I/O license is \$1,500 US MSRP per HD Channel and \$6,000 US MSRP for UltraHD.

www.aja.com/products/bridge-live

AJA OG-DANTE-12GAM

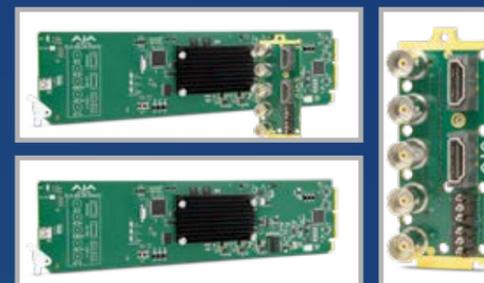
OG-DANTE-12GAM is a new high density, openGear®-compatible solution for bridging 12G/6G/3G SDI sources with embedded audio to and from the Dante IP audio ecosystem with 64-channels of simultaneous bridging. The hugely popular Dante audio networking technology from Audinate provides digital audio distribution over IP networks, supporting



uncompressed, multi-channel, low latency, high-resolution audio, with scalability, simplified wiring, and easy installation. OG-DANTE-12GAM provides a high-density infrastructure solution bridging Dante to SDI and back, ideal for large venue production environments such as stadiums, theaters, concerts, stage rentals, houses of worship, and universities. OG-DANTE-12GAM features industry-wide compatibility with openGear frames, allowing for up to 640 channels of SDI/Dante audio bridging within a single 2RU frame housing 10 cards.

Available soon through AJA's worldwide reseller network for \$2,495 US MSRP.

www.aja.com/products/og-dante-12gam



AJA OG-ROI-SDI

OG-ROI-SDI, available today, is an openGear scan converter that enables high-quality conversion of 3G-SDI input, and Region of Interest selection to 3G-SDI and HDMI mirrored outputs. It features extensive audio functionality, incredible image scaling, aspect and frame rate conversion, and image rotation including frame sync functionality. Region of Interest support allows professionals to easily extract video source signals for scan convert, scaling, and conversion to HDMI and SDI from SDI sources.

Available now through AJA's worldwide reseller network for \$995 US MSRP.

www.aja.com/products/og-roi-sdi

AJA Ki Pro Ultra 12G v2.0 Firmware

Available today as a free download, Ki Pro Ultra 12G v2.0 firmware brings several new improvements to the AJA Ki Pro Ultra 12G single-channel 4K/UltraHD recorder/player or four-channel HD recorder. The latest update introduces new features that streamline high raster workflows with varied video input sources, including new input frame sync for genlock-free recording, and 8K link VPID to power 8K/UltraHD2 workflows when four Ki Pro Ultra 12G devices are used in tandem in 12G- or 6G-SDI mode.

Available now as a free download.

www.aja.com/products/ki-pro-ultra-12g



More details about each new product and update, can be found in individual press releases on the AJA website.

About AJA Video Systems, Inc.

Since 1993, AJA Video has been a leading manufacturer of video interface technologies, converters, digital video recording solutions and professional cameras, bringing high-quality, cost-effective products to the professional broadcast, video and post production markets. AJA products are designed and manufactured at our facilities in Grass Valley, California, and sold through an extensive sales channel of resellers and systems integrators around the world. For further information, please see our website at www.aja.com.

Media Contact: Karen Raz | Raz Public Relations, LLC | 310-450-1482; aja@razpr.com

Cerró IBC Showcase 2020, con el premio mayor a los broadcasters de noticias



IBC Showcase 2020 llegó a su fin, y como un acto simbólico por la pandemia, se entregó su premio más importante, el International Honour for Excellence, no sólo a una persona u organización, sino a todos los broadcasters de noticias del mundo, por su contribución a esta etapa inédita: **BBC, CNN, ITV News, NBC**

Global News y **TV Globo** como cadena latinoamericana, fueron algunos de los destacados.

Demo Live en 5G

Otro punto destacado en IBC fue el programa acelerador de proyectos, focalizado en Producción remota en 5G, Flujos de trabajo más inmersivos y en tiempo real para animación, Moderación en vivo, Shows musicales virtuales e Interactivos y Streaming en 5G con realidad aumentada, entre otros temas de vanguardia que caracterizan al evento.

Uno de los temas principales de esta IBC fue el demo de transmisión en vivo directo a 5G, con todas las cámaras desde un bote en Ámsterdam. También se destacó un ensayo de “El arte de lo posible” con 5G, de **Ian Wagdin** de la **BBC**, diciendo que la pandemia y el hecho



Fergus Walsh de la BBC recibiendo el International Honour for Excellence, representando a todos los broadcasters de noticias del mundo

de no ir a Ámsterdam les permitieron poner algunos aprendizajes en la práctica.

Pero por supuesto estuvieron sus conferencias en vivo por streaming, donde una de las más destacadas ocurrió en el primer día. La conferencia sobre los desarrollos que están haciendo los grandes protagonistas de la nueva aldea global, que se ha consolidado durante la pandemia, es decir Google, Amazon, Facebook y Netflix, en el próximo standard de compresión de video AV1. El video del futuro anunciado originariamente en 2015.

Este es abierto a todas las marcas y podría reemplazar al consolidado HEVC, con un ahorro que hoy se estima del 25% al 30% de ancho de banda. Si bien podría ser más, con igual calidad 4K. **Yueshi Shen** de **Amazon**, **David Ronca** de **Facebook**, **Matt Frost** de **Google** y **Andrey Norking** de **Netflix** dijeron como van avanzando, y como lo aplican para gaming y toda clase de usos para el streaming, para el cual parece haber estado hecho a medida.

Intel demostró su liderazgo actual como anfitrión, además de tener otras conferencias el primer día, como la de tener un CDN Cloud Nativo. El miércoles, con otros sponsors destacados, como **Red Bee Media** junto al mencionado **AWS**, mostraron todo el camino a una tecnología híbrida Cloud y sólo basada en software. **Imagine Communication** también tuvo lo suyo sobre los cambios de las transmisiones de deportes con IP. Y como apartado especial también el miércoles, estuvo el **3D MotionDesign Show** con lo último para todos los estudios de post producción.



El panel sobre AV1 de Google, Amazon, Facebook y Netflix

La exhibición de IBC continúa después de su lanzamiento

IBC anunció que **IBC Showcase** apoyó a más de 1,000 expositores y atrajo a 20,000 asistentes a sesiones virtuales solo en su semana inaugural. El evento ha generado directamente a más de 8.000 clientes potenciales a través de una serie de presentaciones de los expositores en directo y flujo de trabajo.

‘IBC se creó para ayudar a la industria a conectarse, colaborar, compartir ideas e impulsar las ventas. Este es el núcleo de nuestro compromiso continuo con la industria, que ahora se ofrece a través de un híbrido de eventos virtuales y en vivo. Continuaremos evolucionando nuestra oferta virtual y estoy emocionado de que IBC Showcase será una plataforma continua, basada en el éxito de la semana de apertura’, dijo **Michael Crimp**, director ejecutivo de IBC.



Michael Crimp, director ejecutivo de IBC

IBC Showcase ofrecerá una combinación de sesiones en directo y bajo demanda de contenido en todo el año 2020. Continuando con el tema de “Empoderamiento de contenido en todas partes”, las próximas tres sesiones siguientes se realizarán el 8, 15 y 22 de octubre.

Danna Mann, Directora de Eventos y Operaciones de Marketing de **TAG VS** dijo: ‘La conexión con clientes, socios y otros proveedores ayuda a impulsar la innovación, brindando la oportunidad de polinizar y compartir ideas. IBC Showcase aseguró que todos podamos seguir avanzando en este momento desafiante’.

En **IBC Showcase** se dieron a conocer ocho proyectos de I + D de prueba de concepto de vía rápida. El programa **IBC 2020 Accelerators** reunió a 62 organizaciones para colaborar en muchas de las oportunidades comerciales y tecnológicas. Los resultados incluyeron una producción remota 5G en vivo, un show interactivo de talentos de música en vivo, creación de listas de tomas asistidas por IA y producción de animación optimizada.

Stay connected with Agent-IC®

Remote broadcast production with a next generation mobile intercom solution



Broadpeak presenta su Open House en octubre

Broadpeak, proveedor de redes de entrega de contenido (CDN) y soluciones de transmisión de video para proveedores de contenido y operadores de TV paga, anunció la realización de una jornada de puertas abiertas virtual el 8, 15, y 22 de octubre para los clientes y socios.

Durante este evento global en línea, los asistentes se reunirán con los expertos y clientes de Broadpeak para obtener información crítica sobre las últimas tendencias y temas candentes en la industria de transmisión de video a través de una serie de presentaciones convincentes, mesas redondas con socios, charlas con operadores, demostraciones de tecnología, historias de clientes y más.

‘Nuestra jornada de puertas abiertas es una oportunidad para que los asistentes se relacionen con colegas de la industria y debatan sobre la entrega de videos’, dijo **Jacques Le Mancq**, director ejecutivo de Broadpeak.

‘Mientras nuestra compañía celebra su décimo aniversario este año, y con la

cancelación de las ferias comerciales, queríamos ofrecer a la industria un lugar para que las personas que comparten el mismo impulso para construir el futuro del video se reúnan. Compartiremos las innovaciones tecnológicas que están en el horizonte y celebraremos nuestros logros con algunas actividades emocionantes’ agregó.

Las sesiones de Open House analizarán cómo los proveedores de contenido y los operadores de televisión de pago pueden ofrecer una experiencia de calidad superior (QoE) en cada pantalla, con información de primera mano sobre el estado actual de la industria, las tendencias, por qué la QoE es tan importante y la Soluciones asociadas.

Una conversación de mesa redonda sobre ABR multidifusión reunirá a oradores de Beeline, Cellcom y Delta Fiber, quienes compartirán sus comentarios sobre las implementaciones en una primera discusión de la industria.

Se examinarán las últimas innovaciones en nube, rendimiento, análisis y supervi-



Arnault Lannuzel Al Nuñez

sión. Además, los expertos de Broadpeak analizarán el papel de los superegredores, así como las estrategias para optimizar las relaciones entre proveedores de contenido y operadores.

Se destacarán las ventajas del almacenamiento en caché local y la entrega de video nativa de IP por satélite. Las demostraciones incluirán S4Streaming de Broadpeak, HLS de baja latencia, pruebas A / B y soluciones de inserción.

Para celebrar el aniversario de la compañía, algunas actividades especiales cerrarán la jornada de puertas abiertas, que incluyen demostraciones de cocina en vivo a cargo de un chef capacitado con una estrella Michelin, degustación de vinos con un sommelier de clase mundial, música en vivo y más.

Antronix presenta su nuevo director de ventas para la región sur



Thomas Watson nuevo director de ventas para la región sur

Thomas Watson reemplaza a Mike Scheuerman, quien se retiró recientemente después de 22 años con Antronix. ‘Mike dejó zapatos muy grandes para llenar después de más de 20 años sirviendo

a nuestros clientes en el sur de los Estados Unidos”, dijo el VP de ventas de Antronix, Juan Bravo. ‘Sabíamos que teníamos que encontrar a alguien que conociera el mercado y los MSO a fondo, y que conociera nuestra industria y categorías de productos lo suficientemente bien como para brindar el servicio de calidad que nuestros clientes esperan de nosotros. Thomas ha estado en la industria durante más de 15 años, y tiene un historial impresionante. Tenemos la suerte de tenerlo ya que nuestras líneas de productos, en óptica, por ejemplo, se están expandiendo significativamente’, cerró.

Antronix presenta su nueva división de productos ópticos

Milton Ulua de Antronix destacó para este año el gran lanzamiento de **Antronix Optix**, su nueva división de productos ópticos. Cuentan con transmisores, receptores, taps de fibra y todo para hacer FTTH. En definitiva, se busca que las mismas soluciones que se daban para cable coaxial, con tantos años de confiabilidad y apuesta al mercado como fabricantes, ahora también estén disponibles para la parte de fibra.

cloudPVR

Petabytes of recording at your fingertips

broadpeak

www.broadpeak.tv

We Deliver the Future of Television

Media Links busca expandirse LatAm con nuevos acuerdos

Al Nuñez, de reconocida trayectoria en el medio y hoy presidente de Media Links Inc., ya lleva a cargo de la compañía más de un año y medio. Nuñez expresó a Prensario el orgullo de ser parte de una compañía conocida por su carácter pionero en la tecnología para distribución de video IP con una impronta de calidad y valor para sus clientes. Al destacó que en LATAM ven una oportunidad grande en el mercado broadcast y de media. 'Tenemos los productos, la tecnología y el servicio profesional ideales para entregar los niveles más altos de confiabilidad e innovación para modelos emergentes en la región. Ya contamos con buenos logros en el mercado y queremos renovar el empuje para expandir nuestra presencia. Notamos una alta demanda por contenido broadcast de deportes y aplicaciones de calidad para contribución y distribución de video, son drivers claves para desarrollar negocios en la región. Es importante que pese a la pandemia los clientes estén interesados en proyectos de infraestructura para afrontar las necesidades del negocio futuro'. Agregó: 'Broadcasters de todo el mundo

han adoptado rápidamente la nueva normalidad y muchos programas son producidos de manera remota. Ya veníamos trabajando con nuestra base de network providers y usuarios en varios eventos deportivos de alto nivel, con modelos de flujos de trabajo descentralizados, de hecho, es algo que vimos hace varios años. Ahora vemos producciones remotas a gran escala como función principal del negocio'. Acerca de sus nuevas soluciones, destacó: 'Nuestros últimos desarrollos incluyen nuestra nueva generación MD8000-100G Edition, que permite a los broadcasters hacer transporte sincronizado de canales de media como nunca antes. Incluso si es con compresión o sin compresión de video, audio, y/o data over IP, desde estadios a estudios de producción distantes, el MD8000-100G direcciona la necesidad de más ancho de banda en la red'. Por otro lado: 'Las MDP3000 Series de IP Media Gateways & Edge Devices van a soportar ultra-low-latency JPEG-XS, consiguiendo ratios alta calidad de com-



Al Nuñez

presión por encima de 10:1; es ideal para aplicaciones para las que es fundamental la baja latencia y una alta confiabilidad. Las MDP3000 son un componente integral de la solución de portfolio de Media Links con su arquitectura LAN/WAN, para transporte de video, audio y datos con una red IP'. Finalmente, sostuvo: 'Tenemos el compromiso de expandir nuestros éxitos previos en Latam e incrementar las posibilidades de nuestro portfolio de soluciones y servicios de alta calidad. Los broadcasters latinos son innovadores para incorporar nuevas tecnologías de video en sus flujos de trabajo y estructuras, para empujar la evolución de la entrega de video a los usuarios finales. Nuestro objetivo es traer soluciones sencillas basadas en nuestros productos resilientes e innovadores al mercado broadcast'.

Power & Tel sigue creciendo junto con Izzi, TotalPlay, Centro Telecom y American Tower

Más demanda por productos de headend y wifi extenders

Sobre México en particular se expresó el VP sales de **Power & Tel**, **Paulo Da Silva**, junto a la gerente local **Nidia Tenorio**: 'México está pasando por una situación muy dura con la pandemia, pero para Power & Tel, como somos suplidores oficiales de **Izzi/Televisa**, estamos teniendo un volumen bien alto de ventas localmente. Izzi está creciendo bien durante la pandemia y poniendo muchas órdenes para crecer la red de HFC en el país. También afortunadamente, otros proveedores e integradores como **Centro Telecom**, **Totalplay** y **American Tower** se mantienen muy ocupados y ayudando a que Power & Tel pueda tener en México su mejor país para el área de Latín America en 2020'.

Por su parte **Marcelo Zamora**, director regional de ventas de **Power & Tel**, destacó a Prensario que: 'Continuamos atendiendo a nuestros clientes con todos sus requerimientos incluyendo cualquier emergencia necesaria. Con la tecnología de video conferencia en realidad no hemos perdido el contacto permanente aunque ahora es virtual. Hemos aprovechado este tiempo para mantener a los ingenieros informados de las nuevas tecnologías incluyendo productos o soluciones que los puedan ayudar a mantener e incrementar su base de clientes.' Y remarcó: 'Hemos visto un aumento en productos de headend para aumentar la ca-



Paulo Da Silva y el equipo de P&T

pacidad debido a la alta demanda de ancho de banda. De igual manera, un aumento en productos residenciales como wifi extenders y gateways que sean fáciles de instalar al punto que no requiera asistencia física y así evitar cualquier contacto por parte de instaladores dentro del hogar'.

MEDIA LINKS[®]
Media Defined Networking[®]

Entrega el nuevo futuro para los deportes

REACH FURTHER DELIVER MORE

Capturar, controlar, gestionar, distribuir con IP

Con tecnologías de red ágiles IP de 100 Gb, las soluciones Media Links son el foco central de la innovación en el transporte de transmisiones para Copas Mundiales de Fútbol, Juegos de Invierno y Verano, y más.

Ahora, descubra nuestra nueva serie MDP3000 de codificadores / decodificadores de puerta de enlace IP modulares de bajo costo. Combínelos a su manera y brinde servicios con hasta un tercio de los costos logísticos ahorrados al conectar sus instalaciones en el estudio, estadio, ó local.

Para obtener más información, visite **www.medialinks.com**

¡SOLICITE UN DEMO HOY!
teléfono +1 860-206-9163

info@medialinks.com

Stratos une a EKT, Nordija, y Verimatrix

EKT se unió a Nordija, el proveedor de middleware IPTV y OTT y Verimatrix, para presentar una nueva colaboración en la nube que ayudará a las empresas de telecomunicaciones y a los operadores de TV a eliminar la complejidad de la prestación de servicios de video IPTV/OTT y DVB-Hybrid para permitir un lanzamiento rápido de una solución de video en la nube a un precio increíble.

El paquete Stratos es una solución IPTV y OTT preintegrada que se ejecuta completamente en la nube, con la plataforma de video de Nordija disponible en todas las pantallas con interfaz de usuario HTML avanzada, administración de dispositivos de EKT y seguridad de contenido de Verimatrix. Stratos permite a quien opera concentrarse en crear ofertas de video asombrosas y aumentar su base de suscriptores al permitir el acceso a una plataforma lista para implementar presentada como un servicio, lista para lanzarse en semanas en lugar de meses.

Richard Smith, CEO de EKT dijo: 'En los últimos años, hemos trabajado exitosamente con Nordija y Verimatrix. Reunir todos nuestros "mejores" productos en una única solución en la nube, fue la siguiente evolución lógica y en consonancia con los requisitos del mercado

para un sistema perfectamente integrado que ayude a quienes usan nuestro servicio a centrarse en ganar cuota de mercado y obtener más ingresos'.



Gerard Kim: Stratos es el paso siguiente

Prensario habló con **Gerard Kim** de EKT, sobre Stratos: 'Stratos es realmente el nuevo paso en la colaboración cercana con Nordija y Verimatrix, que hace todo fácil. Además, nos permite ofrecer nuestros servicios como líderes de cada área en un paraguas sin perder fuerza. Da un único punto de contacto, desarrollo cloud unificado y un simple plan de pagos, todo en pocas semanas. Las compañías siguen siendo independientes, así que no condiciona elecciones futuras. La solución integrada está disponible para implementaciones de OTT, IPTV, Cable, Sat, T2 or ISDB-T. Va desde lo más simple a 4K Hybrid incluyendo OTT apps para smart tvs y Móviles'.



Gerard Kim

Verizon Media: Tendencias OTT y sus soluciones

Verizon Media tuvo su segundo seminario llamado OTT Trends & solutions, el 22 de septiembre. En el evento se pudo ver a **Darren Lepke**, Head of Video Management, quien recorrió todas las nuevas tendencias del streaming además de poder mostrar las nuevas innovaciones, junto al periodista **Colin Dixon** de nScreenMedia. Sobre el mercado remarcaron que las audiencias del streaming crecieron rápidamente, y el Super Bowl en dos años duplicó su audiencia por streaming. Por otro lado, con la pandemia disminuyó la concurrencia en los estadios así que hay que reimaginar el engagement en el living de casa y para eso son estas nuevas herramientas. Para eso vale decir que persisten las tendencias de socializar el deporte con amigos, y el hecho que la construcción de marcas se puede hacer por ejemplo en las redes sociales y no en los estadios.

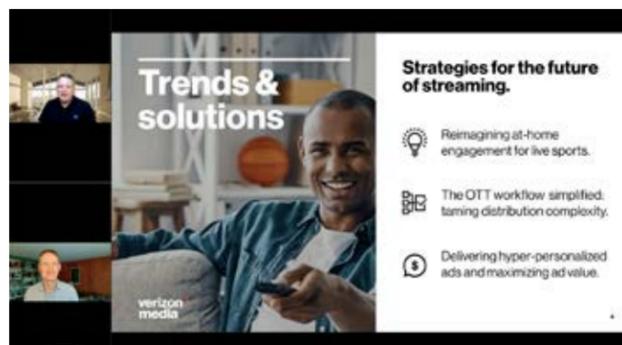
Workflow simplificado

Uno de los pilares es el timing de la distribución y disminuir su complejidad, para lo cual mostraron todas las variantes que manejan para broadcasters, OTTs y VOD, con

las porciones live y para VOD de la nueva modalidad Managed Slicer as a Service. Interactuando con la nube de manera robusta y con un nuevo flujo de trabajo unificado simplificado, que también es una de sus innovaciones más recientes. Allí juegan sus nuevas capacidades de trabajar el streaming en tiempo real producto de la asociación con Phenix.

Apuesta a la publicidad programática

Fue interesante durante todo el showcase las encuestas que hicieron en vivo, que dieron que lo que más crecerá en los próximos años es la agregación de SVOD. Concretamente acerca de la parte publicitaria para maximizar los ingresos de esa procedencia, citaron ejemplos de éxito como el PlutoTV y The Roku Channel, y adelantaron que los AVOD crecerán de 3 billones de dólares de facturación a 14 para 2024, remarcando esa tendencia

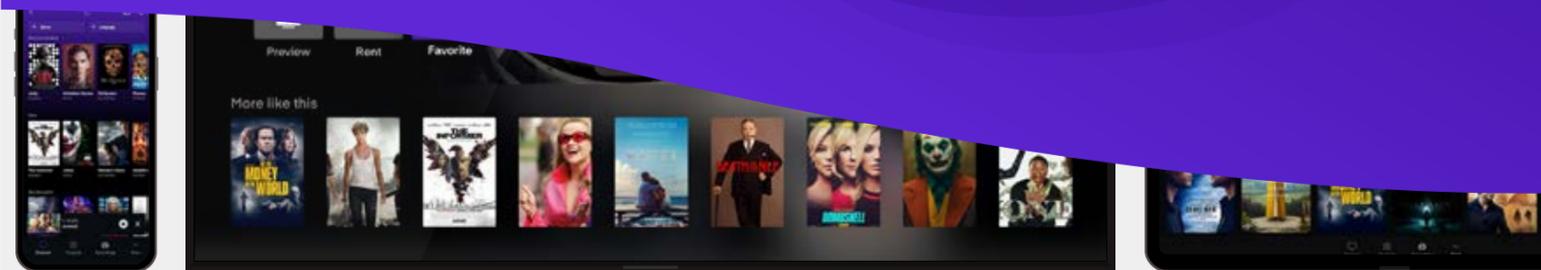


que ya empezamos a ver en la región. Coincidieron además con lo que venimos diciendo en la IBC virtual de Prensario, sobre importancia de la publicidad programática, como algo fácil de implementar con poco riesgo y que puede atraer a nuevos clientes con el descanso que genera a los habituales. Para eso tienen su nueva solución OTT Smart Auction que optimiza esos procesos. Concluyeron en la parte de preguntas diciendo que es un buen momento para los OTTs independientes, pues nunca fue más fácil entrar al mercado e implementar las soluciones.



CONOCE STRATOS. UN SUPER PAQUETE UNIFICADO DE TV EN LA NUBE PARA ENTREGA IPTV/OTT Y DVB-HIBRIDO

Stratos es una nueva colaboración en la nube entre Nordija, EKT y Verimatrix. Con Stratos le facilitamos la elección de su próxima plataforma de TV y VOD. Equipado con un paquete completo de interfaces de usuario detectables, administración de contenido simple, un conjunto completo de funciones de usuario, sistemas de seguridad líderes en el mercado y decodificadores de calidad premium que permiten ser personalizados a su gusto y lanzarlos en cuestión de semanas.

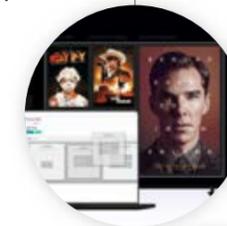


¿ESTÁ LISTO PARA LANZAR SU SERVICIO DE TV?

Con Stratos puede lanzar su nuevo servicio de TV en unas semanas. Stratos es una plataforma preintegrada y con todas las funciones listas para conectar su contenido de TV y VOD con los espectadores. Administre su contenido y suscriptores, permita que los usuarios vean televisión en cualquier lugar, en cualquier dispositivo y ayúdelos a descubrir contenido de interés más rápido.

Visite stratos.tv

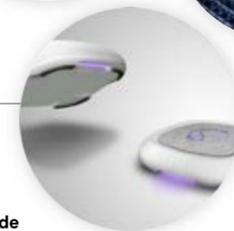
Plataforma de video completa



Seguridad y analítica



Decodificadores de calidad avanzado



Bitcentral: Adopción de FUEL y éxito de ventas

Mientras implementa sistemas de forma remota



Héctor Sánchez, Director de Bitcentral en Latinoamérica

Para esta edición de Cono Norte & USA, PRENSARIO dialogó con **Héctor Sánchez**, Director de **Bitcentral** en Latinoamérica, sobre la actualidad de la empresa: 'Salvo el hecho de que no podemos viajar a visitar a nuestros clientes, nosotros hemos continuado atendiendo normalmente con ellos, pero ahora de manera remota. En términos de ventas, contamos con sistemas de demostración que accedemos de manera remota y nos permite mostrar la facilidad de uso y eficiencia de nuestras soluciones. En términos de soporte, nuestras soluciones están diseñadas para ser implementadas, actualizadas y monitoreadas de forma remota. De hecho, desde mayo de 2020, hemos implementado sistemas 100% de manera remota.

Sobre el equipo de Latinoamérica, el ejecutivo dijo: 'El equipo de LatAm sigue funcionando en pleno, contamos con **Andrés Galván** quien es el VP de Ventas, **Amaury**

Silva, el Director de Ventas de Sudamérica. Mientras que **Alevil Rincones** es quien gerencia el desarrollo de nuevos negocios. Nuestro arquitecto de sistemas es **Israel Zamudio**, y **Vicente Lemus** completa el equipo, quien es el director de operaciones e implementación y soporte.

Por mi parte, estoy para ayudar a nuestros clientes a materializar sus objetivos tecnológicos y facilitar el conocer y adquirir nuestras soluciones. Asimismo, Bitcentral tiene un equipo completo de soporte, desarrollo e implementación que han estado y siguen disponibles 24x7 durante la pandemia y todo el año.

Adopción de FUEL y éxito de ventas

'La adopción de FUEL ha venido creciendo principalmente en el mercado americano. Creemos que el "streaming" será una de las principales fuentes de ingresos por la venta de publicidad en el futuro. Con FUEL hemos creado una solución elegante que cumple con la promesa de lo que la transmisión digital puede ser. FUEL crea una experiencia visual extraordinaria impulsada por un proceso innovador que logra atraer a los espectadores por períodos de tiempo más prolongados, generando mayores ingresos por la venta de impresiones publicitarias. Bitcentral tiene con Core News el 50% del mercado de producción de noticias en USA, y lo que hemos experimentado es un crecimiento exponencial en la utilización de las herramientas de contribución remota que provee nuestro módulo de gestión de archivos y publicación en los medios sociales llamada Oasis.

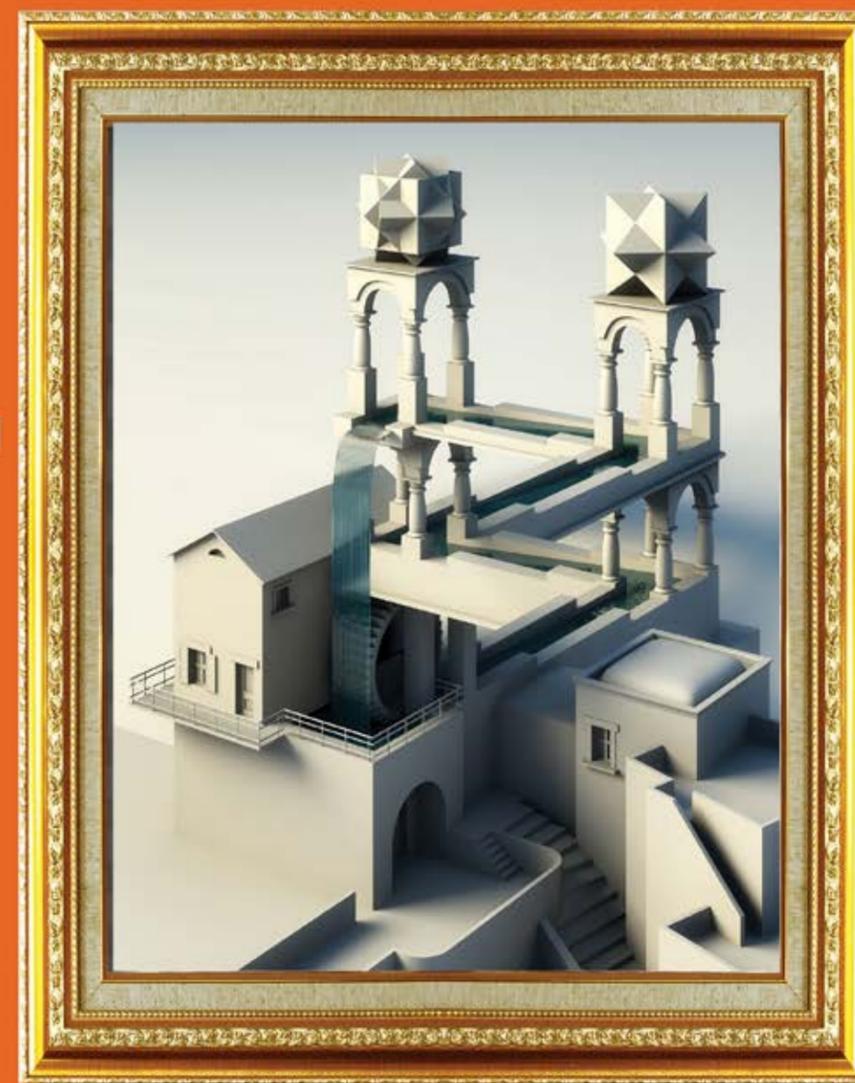
Una gran ventaja, es que FUEL permite crear canales emergentes de transmisión lineal digital para cualquier plataforma, y hemos experimentado un aumento en el consumo de "streaming", ya que las personas están sintonizando las noticias locales como nunca antes lo habían hecho para estar informados de lo que sucede en su localidad'.

bitcentral
efficient media workflows

Mensaje para sus clientes de LatAm

'Nuestra empresa siempre está innovando y el desempeño de nuestro equipo de desarrollo ha sido ejemplar a pesar de la pandemia. Habrá nuevos lanzamientos y serán anunciados oportunamente por nuestro departamento de mercadeo. Somos uno de los proveedores de software más confiables e innovadores de la industria del video. Por más de 20 años, hemos ayudado a las principales entidades de la radiodifusión a crear flujos de trabajo que maximizan el valor de los contenidos que producen. En LatAm somos un equipo experimentado, dinámico e innovador que estamos disponibles para colaborar con nuestros clientes y prospectos en proveer eficiencias en los flujos de operación de sus facilidades con nuestras soluciones y tecnologías. En el caso específico de la pandemia tenemos soluciones de contribución remota que permite de manera muy fácil encontrar, contribuir y compartir noticias, permite a los usuarios contribuir fácilmente con contenido de teléfonos móviles, tabletas, computadoras portátiles y computadoras de escritorio sin una aplicación instalada. Solo se requiere la interfaz de navegador HTML5', finalizó.

Can you see IT?



One of Appear's possible end-to-end architecture

ca. 2019

OTT
Distribution
Contribution
Low Latency Delivery
Remote Production
Video Networking
& Processing

Appear

redefining video delivery

From Creation to Consumption

Prensario
Internacional

Televisión • Broadcast
OTT • Contenidos • AdSales
Telecomunicaciones

www.prensario.net

Llega una nueva
experiencia

diboxGO

dibox

red
Intercable

WireTech



Proveedor Integral de
Redes HFC y FTTH

Con mas de 15 años en el mercado

Prevail
CATV

SOFTTEL

delight

YOFC
Smart Link Better Life.

OPF

LONGXING

Guangtai®

TFC Amphenol

ZP

Grandway®

DATA

Opticlink

Acompañamos el cambio tecnológico



/Wire Tech s.a



/@Wire Tech



Casa Central Buenos Aires

+54 11 4709 6650
+54 9 11 2013 0683

ventas@wiretechsa.com.ar



Sucursal Cordoba

+54 0351 476 0908
+54 9 11 5249 9568

sucursalcordoba@wiretechsa.com.ar

www.wiretechsa.com.ar

La 29° edición de CAPER Show será virtual

Las empresas ya se suman como sponsors

Como la mayor parte de los eventos del año, debido a la pandemia de Covid-19, la edición 2020 de **CAPER Show** tendrá formato virtual y se llevará a cabo, como siempre, en el mes de octubre. La Cámara Argentina de Proveedores y Fabricantes de Equipamiento Audiovisual Profesional, CAPER, a través de su gerente general, **María Pilar Orge**, anunció que su 29° edición anual, se llevará a cabo entre el lunes 19 y el viernes 30 de octubre, en formato digital. El evento que, a lo largo de casi treinta años, se convirtió en el punto de encuentro obligado de los profesionales y técnicos de la industria audiovisual de Argentina y Lati-

noamérica, ofrecerá en esta oportunidad una serie de Master Classes, Mesas Redondas y Conferencias que estarán a cargo de Ingenieros, Directores de Fotografía, Editores, Sonidistas, Directores de Cine y Televisión, Podcasters y otros especialistas del medio. Las actividades se realizarán en vivo en dos horarios por día: a las 15 y a las 18 horas. Además, la plataforma de CAPER 2020 VIRTUAL contará con una sección de Sponsors, en la que las empresas nacionales y del exterior más reconocidas del mercado audiovisual presentarán videos técnico-comerciales de sus nuevos productos y soluciones, que estarán disponibles para ser vistos en cual-

El audio profesional, presente en CAPER 2020 Virtual

Webinar con Chilitos Valenzuela y Pichón Dal Pont, moderados por Alejo Smirnoff, de Prensario

El Audio Profesional será una de las temáticas estrella dentro del evento, comenzando el lunes 19 de octubre a las 18 horas de Argentina con una Mesa Redonda moderada por el Editor de **PRENSARIO MÚSICA**, **Alejo Smirnoff**, con **José "Chilitos" Valenzuela y Pichón Dal Pont**, multipremiados próceres de la ingeniería de grabación y mezcla, como disertantes, quienes repasarán sus inicios y evolución en la industria, hablarán de sus experiencias personales en mercados tan distintos como Buenos Aires y Los Ángeles para finalmente hacer foco en cómo ha repercutido la pandemia en los flujos de trabajo. También se abordará cuáles nuevas tecnologías ha sido necesario adoptar y qué innovaciones artísticas y técnicas han surgido, qué nuevos flujos de trabajo ha sido necesario crear y cuáles son los que llegaron para quedarse, como la utilización de las redes y las nubes. El jueves 22, también a las 18 horas, llega la primera Master Class presentada por **Audio Engineering Society Sección Argentina**, que se titula "Sonido en vivo, del estadio al Streaming". En ella, **Néstor Stazzoni**, hablará sobre la transformación digital al servicio de la música y el paso de la producción de un recital en un estadio a la producción vía streaming. El jueves 29 de octubre a las 18 horas llega el turno de **AATIA**, la Asociación Argentina de Técnicos e Ingenieros en Audio, que presentarán una Mesa Redonda sobre los tiempos de reinversión para la producción técnico-artística musical. Con la moderación de **Ana Tarántola**, seis referentes del audio y la grabación: **Gustavo Borner** (desde Los Ángeles), **Ianina Canalis** (desde Alemania), **Alejandro Ortiz** (desde Barcelona) y **Daniel Ovie**, **Edu Pereyra** y **Facu Rodríguez** (desde Buenos Aires), analizarán el presente del sector y expondrán sus perspectivas singulares sobre los desafíos y oportunidades en el contexto global del Covid-19. Para cerrar con todo CAPER 2020 Virtual, el viernes 30 de octubre, a las 18 horas, se presentarán los profesionales nucleados en **RF Latino**, una asociación conformada hace pocos meses por 19 técnicos de Radiofrecuencia de 10 países de América.

19-30 OCT **CAPER 2020** Virtual
BROADCAST · CABLE · SATÉLITE · CINE · ILUMINACIÓN · AUDIO



Pilar Orge y Ricardo Solari, de Caper, Elisabet Blanco y Ralph Haiek (extremos) del INCAA

quier horario a lo largo de los cinco días de duración del evento.

Las primeras empresas en comunicar su participación, en la categoría más alta, fueron dos de los expositores históricos de CAPER, ya que han participado en todas las ediciones del evento, que este año llega a la edición 29°: **Viditec S.A.** y **Sistemas de Video Comunicación S.A.** A ellas se unen **Carbi Sistemas** y **BVS TV S.A.**, también socias de la institución y que tendrán también la categoría más alta de Sponsoreo en este formato virtual del evento.

En la categoría Oro se han sumado **Videoswitch**, empresa desarrolladora y fabricante nacional, y **Sony Profesional América Latina**, la marca insignia de **Viditec**.

Por su parte, otra empresa asociada, **XV-Tech**, confirmó su apoyo y participación como Sponsor Plata para su marca **Squid**.

Los Sponsors de CAPER 2020 Virtual tendrán una sección especial dentro de la plataforma del evento, en la que presentarán Workshops de Productos.



Corte de la cinta de Caper Show 2019

19-23 OCTUBRE **CAPER 2020** Virtual

BROADCAST · CABLE · SATÉLITE · CINE · ILUMINACIÓN · AUDIO

POSPRODUCCION
COOPERATIVAS
FIBRA ÓPTICA
IP OTT
DSNG
STREAMING
TV CABLE
AUDIO PRO
BROADCAST
SHOWS EN VIVO
Universidades
ILUMINACIÓN DE ESTUDIO

NETWORKING
AV PRO Corporativo
PODCAST
ESTUDIO DE GRABACIÓN
estudios de radio
radios online
MAPPING
Convergencia
DRONES
VIDEO
WORKFLOW
SOFTWARE
SOLUCIONES EN LA NUBE

INTELIGENCIA ARTIFICIAL
TENDENCIAS

El evento de tecnología audiovisual líder de Latinoamérica este año es Virtual



SVC se prepara para la edición virtual de CAPER

Siempre es un buen cable a tierra charlar con **Domingo Simonetta**, presidente de **SVC** de Argentina, antes de la **IBC Virtual**, a la que seguramente habría viajado como lo hizo en los últimos 25 años o más, cuando se hacía en Brighton, a una hora de Londres en Inglaterra.

Acerca de expo virtuales, un primer mensaje positivo que da es que ya está trabajando intensamente en lo que será la edición virtual de **CAPER 2020** desde Argentina. Tendrá una primera semana con debates conceptuales, sobre temas específicos de la industria y no exactamente de marcas comerciales. Con dos presentaciones diarias del 19 al 23 de octubre, y una segunda semana de workshops.

Domingo destaca que para esas charlas conceptuales —están preparando dos— es una ventaja poder tener a una persona desde Los Ángeles, otra de México y otra en Argentina o Brasil. Al no salir de su ámbito, ni tener que viajar, las confirmaciones de los ponientes se logran más fácilmente: 'Estamos muy entusiasmados con esta nueva modalidad. Sin dudas que este no es el año para hacer el show pre-



sencial, y si bien lo virtual, no lo reemplaza, no es posible el contacto personal ni las reuniones sociales que se generan en las ferias, se puede dar continuidad y tener mucha más gente. Creo que el año que viene, **CAPER 2021** puede ser una combinación de las dos cosas'.

Sobre los destacados durante la pandemia, sostuvo que **Avid** está moviéndose bien, pues tiene una base estable de clientes que van renovando sus acuerdos, más allá que cambien el hardware: 'Además los clientes saben que **Avid** nunca los abandona', remarcó. **Telestream** es otra marca que está funcionando bien y sobre todo **Litepanels** para iluminación, de la cual ya se colocaron muchos equipos en el mercado: 'Hicimos una fuerte inversión y se muchas ordenes sobre la base de demostre equipos reales'.

También sobresale en el día a día la división de audio, pues muchos equiparon sus casas en la pandemia y también los estudios grabación trabajaron.

Y finalmente se destaca a **Blackmagic**: 'Viene creciendo desde que se fundó,



Domingo Simonetta, presidente de SVC y Mariano Simonetta, director adjunto

siempre con tecnología de hardware para el futuro. Apunta a productos accesibles para todos, pero sin sacrificar funciones ni calidad. Esa es la base de su éxito'. De **BM** se hicieron al principio de la pandemia un par de webinars con una gran convocatoria de 650 inscriptos —entraron 500— algo que hubiera sido imposible en presencial.

'Además de continuar como siempre lo hicimos, se están implementando nuevos conceptos de trabajo y están explorando nuevas unidades de negocio, porque todo este aislamiento nos ha enseñado muchas cosas y sobre todo que se pueden materializar, ya que aprendimos a convivir con ellas. Y eso, ya no tiene retorno'.

At Dielectric, we've **MASTERED** every FM antenna design, from Top- & Side-Mount, to Ring-Style, to Wraparound Panel. But our engineers truly excel in **ORCHESTRATING** complete Multi-Channel FM Systems.

Dielectric's complete systems fully employ today's multiplexing technology to help FM broadcasters make their signal heard.

We offer a wide range of multi-channel antennas, plus combiners, transmission lines and our RFHawkeye remote line monitoring system...all designed together to yield cost and space savings, and flawlessly transmit digital and analog signals simultaneously.

Dielectric
Dielectric.com
Raymond & Lewiston, Maine
(800) 341-9678

SVC. INTEGRANDO SOLUCIONES



GRACIAS A TODOS LOS CLIENTES POR CONFIAR EN NOSOTROS.

	ARISTA	JVC	LAWO	telestream		
	FOR.A	Litepanels				
ANTON BAUER	ATTO	autoscript	AVP	APOGEE	BELDEN	EVANORE
CLAIR BROTHERS	GLOOKAOT	GRAYMETA	LEADER	LEYARD	Marshall Electronics	MASSTECH
MEINBERG	netinsight	ObjectMatrix	sachtler	Sonnox	STEADICAM	TERADEK
TSL	Vinten	WAVES	WILDMOKA	Q&D	Blackmagicdesign	

Sistemas de Video Comunicación S.A.

www.svc.com.ar

info@svc.com.ar

(+5411) 5218 - 8000

Veas busca monetizar sus contenidos en todas las plataformas

En este año particular, Veas sigue presentando más novedades, avanzando con mejores soluciones y desarrollo de nuevas tecnologías para sus plataformas. Según cuenta a **Prensario** su Presidente y CTO, **Jorge Gandulfo** 'Nuestra empresa sigue avanzando en las soluciones aplicadas a la nube, con un constante desarrollo de nuevas tecnologías integrando las diferentes plataformas para poder monetizar todas ellas desde un solo panel amigable y moderno'. 'Presentamos como novedad el nuevo player web para canales de Playout en real time y VOD, que integra la posibilidad de realizar Digital AD Insertion mediante targeted advertisement, utilizando el

protocolo VAST', agregó. Veas continúa desarrollando también su novedoso administrador de campañas publicitarias para ingresar de forma simple al sistema las órdenes de publicidad desde las agencias y gestionar desde el departamento de ventas. 'Además, la plataforma presentada el año pasado Veas AD, permite una transición orgánica hacia los recientes métodos de monetización de servicios de entretenimiento disponibles, integrando DPI, OTT, Mobile Ads, Digital Signage y Radio, por medio de implemen-



Jorge Gandulfo, Presidente y CTO de Veas

taciones de software (SAAS) y en la nube (Cloud), e integrando hardware y software a través de los más altos estándares como los protocolos SCTE30, SCTE35, VAST y SCTE104, actualizando también la plataforma existente de DPI hacia redes HFC, FTTH, IPTV y también OTT', remarcó.

Aveco: Crecimiento constante y automatización con Harmonic

Aveco logró un incremento en las ventas, tanto en Latinoamérica como a nivel global. **Prensario**, dialogó con **Alejandro Paludi**, director de ventas de **Aveco**, quien destacó la actualidad de la empresa en la región: 'En 2019, a nivel global, tuvimos 60% de aumento comparado con el año anterior y en Latinoamérica en particular se duplicaron las ventas del 2018. Este año y en este contexto, por suerte los números nos dejan ser muy optimistas. Respecto a algunos clientes que hemos sumado últimamente en la región, podemos

destacar a Canal 13 de Chile, NIX y América TV en Perú, Casablanca en Brasil, Ecuavisa en Ecuador y Blu Radio en Colombia entre otros'.



Alejandro Paludi, Director de Ventas de Aveco

Integración con la solución de Cloud de Harmonic VOS 360

'La plataforma de Aveco se integró con la solución de Cloud de Harmonic VOS 360 que es una infraestructura de video cloudend-

to-end. La solución de automatización de Aveco maneja los dispositivos onpremise y en cloud-based playout, usando una única interfaz, permitiendo a los usuarios manejar fácilmente operaciones en múltiples locaciones. Este tipo de operación es lo que denominamos automatización de playout híbrida'.

Sony adquiere Nevion para mejorar su oferta de soluciones

Sony, accionista minoritaria de **Nevion**, adquirió el resto de las acciones de la compañía y la transforma en una subsidiaria suya. Nevion es proveedor de soluciones de producción multimedia virtualizada, y con esto mejorará su portfolio de servicios y ofrecerá soluciones integrales de producción basadas en IP y en la nube para broadcast y otras aplicaciones.

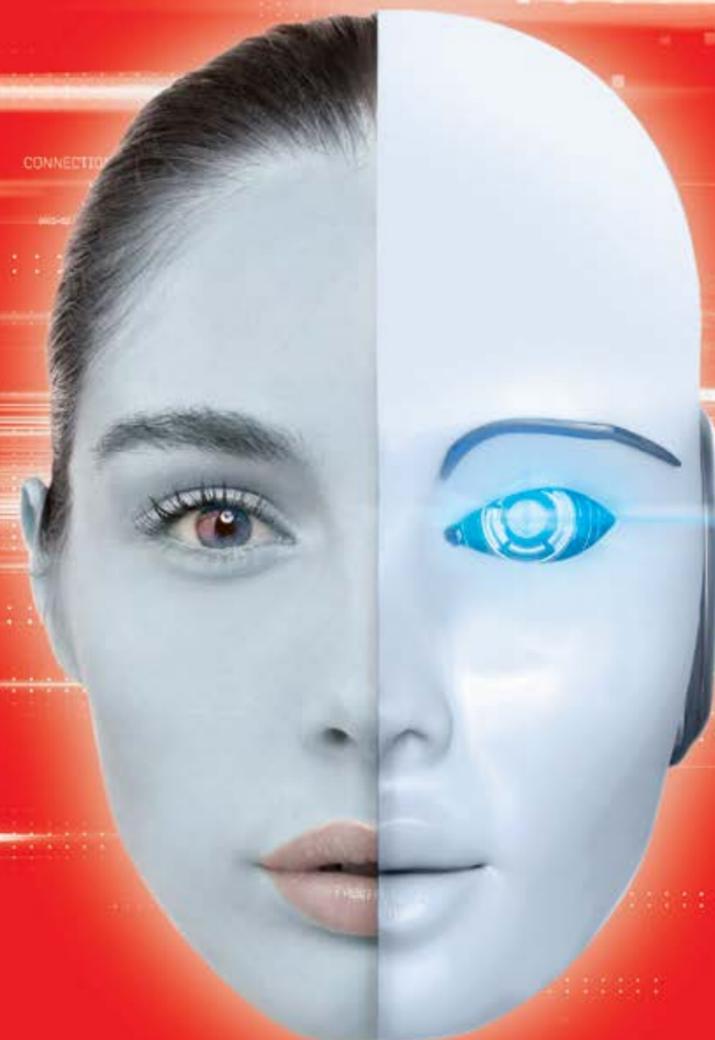
La epidemia ha acelerado esta tendencia y la necesidad de combinar soluciones de procesamiento en las instalaciones y en la nube, que posibiliten el trabajo remoto y la distribución de recursos, se ha transformado en la base del plan de continuidad comercial para las emisoras y las compañías de producción.



Aveco - Your Automation Partner



www.aveco.com



LET'S TALK AUTOMATION!

MASTER CONTROL PLAYOUT
NEWS & SPORTS STUDIO AUTOMATION
INTEGRATED CHANNEL PLAYOUT
HYBRID IP & SDI WORKFLOWS

Network Broadcast: Lo último en tecnología, para el futuro de todos

En diálogo con Prensario, **Matias Lassalle**, Regional Sales Manager de Network Broadcast, habló sobre la actualidad de la empresa y del mercado regional. ‘El mercado está evolucionando de manera muy distinta a la que estábamos acostumbrados. Hace más de 30 años que llevamos las últimas tecnologías al mercado Latinoamericano, y vemos que, “hasta la forma de cambiar “cambió. El consumidor está tan familiarizado con la tecnología, que le resulta tan natural, que imagina lo que tiene que suceder y pronto, y no todos imaginan igual. Más de una vez habremos escuchado o pensado algo como: “con esto se debería poder ...” o “estaría bueno que se pueda...” Pero eso sí, todos “proyectan” sobre múltiples plataformas para ver lo que quieran, como, cuando y donde sea. Así que resulta imposible hasta para los grandes operadores -incluso para la tecnología misma- estar a la altura de esas expectativas. Ya no alcanza con adaptarse al cambio, es necesario estar implementando continuamente tecnología para poder estar lo más cerca posible a las exigencias de esos consumidores. Lo que requiere llevar al



cliente a su máximo potencial tecnológico, si lo que quiere es optimizar su rentabilidad. Creemos que es la única forma de acompañar a los operadores y programadores, estando preparados para poder brindarle soluciones con la visión estratégica que les permita desarrollar sus negocios de forma sólida y sostenida en un mercado que se ha vuelto tan impredecible. Todos tienen que poder, al menos en el mediano plazo, porque el mercado así lo exige y el mercado en Paraguay no es la excepción. Por eso aprovecharemos para hablar de dos soluciones esenciales, como lo son las soluciones OTT e IPTV. Como mencionamos, el consumidor final ya piensa todo en múltiples pantallas, por lo que nos lleva obligadamente a hablar de soluciones OTT. A través de Bromteck, brindamos una solución robusta, escalable y acorde a las necesidades de cada operación. La solución Cable OTT Híbrida Bromteck es versátil y flexible ofreciendo funcionalidades adicionales a la grilla de cable lineal como ser Interactividad, Time Shifting, Video OnDemand (VOD), Catch up TV, PVR y la posibilidad de incluir aplicaciones en la



Matias Lassalle, Regional Sales Manager de Network Broadcast

interfaz del usuario, entre otras facilidades. Por su parte, la tecnología IPTV de Bromteck también cuenta con similares características como la robustez de la solución, su escalabilidad la prepara para el futuro porque es una solución IPTV versátil y flexible, que ofrece funcionalidades como Time Shifting, Video OnDemand (VOD), Catch up TV y la posibilidad de incluir aplicaciones en la interfaz del usuario. Además, estamos lanzando otras soluciones que nos permiten estar a la vanguardia de las últimas tendencias tecnológicas, y de esta forma tener la visión y la experiencia necesaria para optimizar el negocio de cualquier operador, sin importar qué etapas deba afrontar en este continuo desafío, que siempre nos propone la tecnología.

PBN: éxito de su software y servicios asociados

Latinoamérica es su mercado de más crecimiento en los últimos dos años

Bernardo Castro, VP CALA de PBN, de cara a la Expo SCTE virtual destacó primero como está posicionada hoy la compañía a nivel mundial: ‘PBN tiene una muy fuerte presencia en Asia, Europa y Australia y ahora Latinoamérica siendo este último mercado el de mayor crecimiento desde el 2018, lo cual fue muy importante para nosotros.

Durante la pandemia nos hemos enfocado en adaptarnos a los proyectos/oportunidades que veníamos trabajando desde finales del 2019. Hemos acompañado al cliente durante

la pandemia y la robustez de PBN nos ha permitido adaptarnos a sus necesidades. Definitivamente funcionaron nuestro Software y la venta de servicios asociados, pero además lanzamos las evoluciones del software NetWatch en sus versiones xPMS para FTTH, DPMS para DOCSIS, PNM para Mantenimiento Proactivo, y por otro lado el NMSE para las redes HFC, sin duda robustos y de un muy alto performance.



Bernardo Castro, VP CALA de PBN

Agregó: ‘De haberse realizado físicamente, mi mensaje en la SCTE sería del enfoque en la evolución de servicio que estamos experimentando, definitivamente con nuestro SW que permite un monitoreo extenso y preciso de la red en todas las áreas.

En Latinoamérica nuestros mercados más fuertes son México, Colombia, Argentina y Panamá, pero tenemos un proyecto grande para el 2021 en Brasil’.



La visión estratégica que potencia su empresa.



DVB



IPTV



CLOUD



OTT



Maximice la experiencia de TV de sus usuarios.



Bromteck BORO



Remote Phy



Bromteck Peer to Peer



Middleware



CAS / DRM



Soluciones end to end



Interfaz Intuitiva



Medición y análisis de audiencia



Soluciones F.O.



Esperamos tu consulta: info@networkbroadcast.net | www.networkbroadcast.net



ARG 54 11 5273 1111 | BRA 55 11 4680 4548 | COL 57 15 086526 | CR 506 40 100 525 | MX 52 55 5350 4773

Multicast presenta FÜN

Un servicio propio de TV Everywhere y OTT

La empresa Multicast, fundada a principio de este año en Miami por profesionales argentinos de larga trayectoria en el sector cable operador e ISP, para la provisión de plataformas de recepción, procesamiento y transporte de contenidos en IP, ha lanzado recientemente la aplicación FÜN para operadores que decidan prestar un servicio propio de TV Everywhere y OTT.

Las nuevas demandas de usuarios cada vez más exigentes, imponen continuar evolucionando hacia el streaming y FÜN es una solución accesible a todos los tamaños de operaciones. El diseño de la capacidad de esta plataforma de servicios se define básicamente en función de la cantidad de abonados simultáneos que la accederán y de la cantidad de horas de guarda que se asigne al contenido en los servidores.

Por el lado de su implementación, FÜN es escalable y por ello se la puede iniciar con una inversión accesible, y luego hacerla crecer con la demanda. Se integra con la customización de la app en los store de Google y Apple, con el nombre de la marca de cada operador seguida por FÜN, como por ejemplo lo realizado para Cablenet FÜN.

El hardware utilizado se compone básicamente de switch, routers, transcodificadores

y servidores standards, sobre los que corre un software específico para crear los distintos perfiles en los que el contenido debe estar disponible para poder ser accedido por cualquier dispositivo, tales como smartphone, tablet, notebook, pc y/o smart tv, entre otras funcionalidades.

Una interfaz intuitiva

La interfaz gráfica es muy intuitiva y otorga la posibilidad de mostrar los canales y/o programas agrupados de distintas formas. A la misma se incorpora la guía de programación provista por Reportv con sus gráficas correspondientes.

Entre las principales funcionalidades se destaca la posibilidad de gestionar más de un centenar de canales en vivo, pausar, grabar en la nube, retroceder, ver programas favoritos después de emitidos, y es el operador quien define la cantidad de distintos dispositivos que pueden ser habilitados con una misma cuenta como así también cuántos se podrán utilizar en forma simultánea.

La solución se completa con un software de gestión y administración que valida automáticamente los accesos al inicio según el tipo de abono, permite habilitar contenidos premium previamente contratados, registrar los tiempos de uso por programa y dispositivo, entre otras funcionalidades.

En síntesis, se puede concluir que FÜN es una herramienta ideal para los operadores que quieran evolucionar hacia el streaming y sumarse al slogan de FÜN: Lleva la tele con vos.

Para mayores detalles sobre esta innovación podrán verse en <https://fun.lat/> y los operadores interesados podrán consultar presupuestos en <https://www.multicast.lat/>

Productos y servicios para cableoperadores e ISP's

Multicast aporta una solución simple y accesible para migrar los contenidos de CATV al entorno IP y de allí continúa con la integración de los mismos hacia el OTT, para lo cual previamente se requiere configurar la



Raúl Malisani



grilla de tales contenidos en streaming.

Así, se reemplaza la grilla básica analógica por otra digital en la norma ISDB-t, que los suscriptores reciben directamente en el sintonizador de su televisor, cualquiera sea su marca o modelo, sin set top box ni control remoto adicional. Se garantiza un soporte de gestión totalmente remoto.

Solución segmentada en cuatro etapas:

En la primera etapa, denominada Recepción en AV-HDMI-IP, se configuran los IRD multiservicios y se proveen nuevos IRD multi satélites, con múltiples salidas customizables en IP, tanto para señales de libre acceso como para encriptadas. En la segunda etapa, Conversión AV/ HDMI a IP-Transcodificación IP y se unifican todos los contenidos en IP, adecuando los parámetros a las distintas formas de transmisión. En la tercera etapa, Encoders QAM; Analógico/ISDB-t/DVB/ATSC-Transmisión, donde Multicast aporta un switch gestionable y plataforma de modulación QAM Digital ISDB/DVB con fuentes de alimentación redundantes y también encoder multicanal para modulación analógica, PAL-N/PALM/NTSC, para el caso que el operador prefiera mantener la grilla analógica. En la cuarta etapa, se instalan los servidores OTT -acceso a la nube-Multicast aporta servidores de streaming para configurar la oferta de contenidos que el operador resuelva incluir en el servicio, en función de la cantidad de señales a incluir y del tiempo de grabación que se decida asignar a cada contenido. Adicionalmente, se ofrece también la facilidad de utilizar la plataforma FUN, desarrollada en Argentina para Cablenet S.A.



Somos **Multicast**, una empresa creada por profesionales con más de tres décadas de desempeño en CATV.

Beneficios

✓ Evolución de grilla

✓ Ahorro de costos

✓ Mejora del servicio

✓ Solución para FTTH

✓ Mayor velocidad de acceso

FÜN°

Transcodificadores y servidores para la ingesta de grillas digitales para streaming.



Para más información ingresá a nuestro sitio web

www.multicast.lat

ELEVÁ EL
SERVICIO A TU
PRÓXIMO NIVEL

¡LLEVÁ LA TELE
CON VOS!



By  multicast

www.fun.lat

www.multicast.lat

VSN presenta nuevos productos para el trabajo remoto



Patricia Corral, directora de Marketing de VSN

La compañía de software presenta nuevos desarrollos y funcionalidades para sus sistemas de gestión de media, tráfico y planificación y novedades en edición remota para producción y noticias. Además de la realización de la segunda edición de **VSN Wired** 'Este 2020 está siendo, sin duda, un año completamente diferente para la industria. Por ello, aspectos como las soluciones 100% web, infraestructuras y tecnologías flexibles o los costes recurrentes se han convertido en una prioridad máxima para muchos negocios', afirmó a **PRENSARIO**, **Patricia Corral**, directora de Marketing de VSN.

Y añadió: 'En esta ocasión, presentamos novedades que van enfocadas a tener un impacto positivo en la productividad de los usuarios. Queremos que sean capaces de tener la misma efectividad trabajando de manera deslocalizada y en remoto que

en las propias instalaciones de su compañía. También queremos que ganen en rapidez a la hora de crear, entregar y distribuir sus contenidos. Buscamos, básicamente, hacer más con una menor dependencia de múltiples sistemas o grandes infraestructuras tecnológicas'.



de contenido, etc.) desde un único panel de trabajo', aseguró **Toni Vilalta**, product manager de VSN.

Programación no lineal y nuevas opciones de contratación SaaS en VSNCrea

El sistema de tráfico y planificación VSNCrea presenta su módulo de programación de contenidos para canales no lineales que permite integrarse con cualquier entorno no lineal con facilidad (Vod, OTT, Web TV, etc.) gracias a su arquitectura abierta basada en webhooks. En esencia, el nuevo módulo permite planificar la publicación y despublicación del catálogo de contenido para uno o varios medios no lineales y realizar programaciones en bloque de manera totalmente personalizada para cada canal. Asimismo, incluye nuevas integraciones con servicios de distribución y emisión de vídeo, como **Vimeo** o **Youtube**, que seguirán ampliándose durante los próximos meses.

Flujos de trabajo en producción de noticias y edición en remoto

Entre las principales novedades incluidas en la solución de producción de noticias o Media Stories de VSN destaca su soporte de ficheros crecientes para entornos de trabajo en remoto. Este desarrollo permite que los usuarios puedan visualizar en baja resolución una grabación y empezar a editarla y trabajar con ella al instante, mientras se está ingestado en el sistema.

'Creemos que estas novedades marcan un antes y un después en nuestra solución de producción de noticias. Combinando los nuevos desarrollos para edición en remoto con sistemas como VSN NewsConnect y su función multiestudio. Somos capaces de proporcionar a los usuarios máxima flexibilidad, permitiéndoles realizar todas las tareas de producción de noticias desde un único espacio de trabajo, lo que les permite ser más eficientes y ahorrar tiempo. Además, también pueden controlar y distribuir contenido a múltiples estudios en lugares distintos, incluso si los sistemas que se utilizan en éstos, son distintos entre sí'.

Paneles de control y operación en VSNEplorer

La última versión de **VSNEplorer** cuenta con una nueva funcionalidad para que los usuarios puedan crear dashboards o paneles desde donde operar todas las herramientas y funcionalidades del sistema de manera centralizada.

'Gracias a esta nueva funcionalidad, un usuario puede, desde un mismo panel, por ejemplo, tener una vista de determinados formularios segmentados por fecha, realizar una búsqueda avanzada concreta, ver un listado de assets pendientes de revisión, distribuir esos assets o hacer una rápida edición al corte de un vídeo. En la práctica, esta nueva herramienta mejora la rapidez de los usuarios en su operativa diaria, al permitirles realizar todas las acciones propias de VSNEplorer (catalogación de assets, gestión de tareas, búsqueda de assets, revisión y validación, distribución

Se realizó la segunda edición de VSN Wired

Todas estas nuevas funcionalidades y desarrollos, pudieron verse en acción en la segunda edición del evento 100% digital **VSN Wired**, que tuvo lugar entre el 14 y el 25 de septiembre. Una de las novedades destacadas fue el nuevo **VSN NewsConnect**, un plugin web que permite crear un entorno de producción de noticias a la medida de cada usuario. También se pudo ver el nuevo módulo para la programación no lineal en VSNCrea y los flujos de trabajo de edición remota.

VSN Wired

#Innovación #Desarrollo #Futuro



Tecnored

www.tecnoredlatam.com

LiveU lidera la región con sus lanzamientos

LiveU lidera la región con sus lanzamientos

José Luis Reyes, VP de LiveU para Latinoamérica, coincidió junto a la directora de marketing Walkiria Marín, que es el mejor momento de la marca a nivel mundial y especialmente en Norteamérica, donde distribuidores pequeños pasaron de vender cinco *LiveU Solo* a más de 120 unidades al mes.

Vale destacar que, si bien es el producto más económico de la marca, el *Solo* no deja de ser un producto Premium de alto desempeño, que está cerca de los 1000 dólares. Lo definen como 'el ticket de entrada al paraíso' ya que permite entrar en el universo de LiveU y es notorio el alto porcentaje de usuarios que rápidamente pasan al segundo producto de calidad "Broadcast" que es el *LU200*.

Fidelidad de los clientes frente a la competencia china

En Latinoamérica también las cosas van muy bien, superando el objetivo del tercer trimestre, que era muy exigente. Vale agregar que, **LiveU** es la única marca broadcast que tiene visibilidad en los usuarios finales, y eso también es un factor diferenciador al momento que la competencia quiere entrar. Los clientes se sienten orgullosos de la marca y son un producto 100% aspiracional. Muchas personas que recién empiezan dicen que su primer sueño es trabajar con un LiveU. En Latinoamérica se viene haciendo desde hace más de un año un trabajo en redes sociales para reforzar ese carácter y darles visibilidad a los usuarios finales de la marca. Ese trabajo de **Walkiria Marín** hace que las redes propias vengán creciendo en varios miles y de manera totalmente orgánica con los que pueden ser los futuros protagonistas del mercado.



José Luis Reyes



Walkiria Marín

Best Sellers: LU 600 y LUSmart

Remarca José Luis que: 'El best-seller en América Latina es el LU600, el cual representa un 26% de la facturación, pues a pesar de que el LU300 se ha vendido mucho con la ventaja de su reducido tamaño —TV Globo compró 68 unidades, Televisa más de 30 y lo compraron hasta los Bomberos de Costa Rica—, el LU600 es la ecuación perfecta por sus mayores prestaciones y tiene nuevas actualizaciones de software que van a hacer que se venda todavía más desde Miami y México hasta Argentina y Uruguay.

El otro best-seller es sin duda el LUSmart, para los celulares, si bien es un producto para clientes de medianos a grandes y no para los *new users* que quieren grabar para las redes sociales —como sí lo es el *Solo*—, pues convierte el móvil en una mochila, requiere de LUCentral y servidores de recepción, más allá que sirve mucho para *freelancers* que no los tengan.

Nuevos casos de Éxito

Es importante que generaron nuevos casos de éxito como la AIL (Asociación Informativa Latinoamericana) de Colombia, que con su director Juan Carlos Isaza usan mochilas LiveU para sus 24 estaciones miembro y acaban de contratar el Matrix para distribución y contribución de contenido en la nube. **Teledoce** de Uruguay que compró LU300, LU600 y las apps LUSmart, y de **ESPN Argentina** que firmó un contrato para dotar de LUSmart a toda su plantilla, inicialmente de 64 licencias con dos Terabytes de enorme consumo mensual. **France 24**, La Agencia Francesa de Noticias; en América Latina tiene base en Bogotá y le renta más mochilas a LiveU y tomaron el LU Smart como aplicación para sus teléfonos. En México se realizó hace unos meses **La**

liga.mx de eSports con el LU Smart y Matrix en conjunción con la Playstation de Sony, **Televisa** y **Magnum**, sumando 12.000.000 de televidentes y buenas ganancias. Luego de eso **Televisa** empezó pruebas ya con el LU800, en el Noticiero y deportes, con las Liga menores de fútbol.

Llegó el LU800

El nuevo LU800 será la unidad más costosa, pero también implica un ahorro pues hace lo de 4 mochilas, y si se juntan dos unidades es como tener un camión de 8 cámaras. Vale un 50% más que la LU600 pero vale por 4 para deportes, noticias y producción, con multi-cámara, doble wifi y HDR, además de contar con retorno de video, tally, Intercom bidireccional, doble acceso a batería y mucho más. **TVTel** de Chile, con **Rodrigo Peralta**, ordenó seis LU 800, pues decidieron renovarse para prepararse para la competencias, y también sumar nuevos servidores con los que podrán tener desempeño 4K. Muchas empresas amigas y distribuidores ya han incluido al LU800 en su portafolio como **Sertel** en República Dominicana; **Videocorp** en Chile, **Livemedia** en Argentina, **2Live** y **Ucan** en Brasil, **Cocatel**, para las cuatro empresas de **Allen Maldonado** en Centroamérica, **LiveMedia** para sus países, **Istronyc** en Colombia, **DiviCam** adquirió LU800 en Perú y **BroadcastDepot** para La Florida. Reyes no se olvida de los distribuidores y les deja un mensaje de 'agradecimiento por su compromiso con la marca, y también el espíritu de equipo muy bueno que tienen para ayudarse entre ellos, aunque en algunos casos pudieran ser competidores. De ellos vale destacar también a **2Live** de Brasil, que renovó con **TV Globo** todos los servicios de Live por cerca de 2 millones de dólares, lo cual también refleja el ahorro que implica a futuro para la cadena líder del país', finalizó Reyes.



LU 800



FTTX Fiber Solutions

Fiber Headend

Headend Transmitters

Headend Receivers

EDFA

Fiber Premise

Optical Fiber Node - Mini

Optical Fiber Node - RFoG

Optical Fiber Node - MDU



Promptlink presenta su portafolio de herramientas avanzadas

Promptlink Communications presentó su renovado portafolio de herramientas avanzadas para el monitoreo integral de redes, tanto para los estándares tradicionales DOCSIS y PacketCable, como también para las nuevas y crecientes redes de tecnologías FTTH (en particular, redes GPON).

El probado sistema de monitoreo integral CPM (Cable Plant Monitoring), se expande ahora con un módulo de PNM para el mantenimiento proactivo de redes HFC, y con una sofisticada y exclusiva aplicación para la detección y localización de ruido: el *Network NoiseHawk*.

Mientras el monitoreo convencional basado en SNMP muestra el estado de salud actual de la red, y alerta sobre las caídas de servicio, el monitoreo proactivo PNM permite descubrir las áreas de la red con imperfecciones o defectos que afectan sus parámetros críticos, antes que se produzca degradación o cortes del servicio. Por su parte, el nuevo detector de ruido *Network*

NoiseHawk ayuda en la rápida identificación y localización en la red del ingreso de ruido en canales de subida (upstream), totalmente por vía de software.

Al mismo tiempo, Promptlink detalla novedades de su línea de plataformas de pruebas automáticas para equipos terminales CPE de datos y video. Los bancos de diagnóstico para equipos de datos y telefonía IP: *CPE Atlas* y *CPE Atlas Mini*, continúan siendo una referencia en el mercado para recuperación en logística reversa de alto volumen. Particularmente, el *CPE Atlas Mini* resulta ahora una opción interesante para certificación de equipos, homologación de nuevas versiones de firmware, investigación y desarrollos, y otros usos de baja escala. El software de pruebas *Atlas* soporta los estándares DOCSIS 3.1, GPON, xDSL, MoCA, IPv6, y permite probar todo tipo de equipo de datos y telefonía de banda ancha, incluyendo pruebas Wi-Fi de alta precisión gracias a sus cámaras de prueba blindadas. Adicionalmente, con



David Mosquera

el CPE ATLAS es posible actualizar el firmware de manera automática, como parte del proceso global.

Para diagnosticar decodificadores digitales de video (Set-Top Box), Promptlink ofrece el banco STBTP (Set-Top-Box Test Platform), el cual se puede configurar en versiones de baja, media y alta productividad, para el proceso de revisión y recuperación de equipos terminales de video.

Los bancos de prueba *CPE Atlas* y *STBTP* de Promptlink son universalmente utilizados por las principales operadoras MSO y por laboratorios externos, para optimizar sus procesos de diagnóstico y reacondicionamiento (refurbish) de equipos recuperados del campo.

Skyworth busca consolidarse en el Cono Norte

Fabricante líder mundial con más de 40 millones de STBs en 2019

Skyworth promedia un buen tiempo como protagonista del mercado mundial y también de Latinoamérica, tras haber completado el 2019 como fabricante número uno de STBs a nivel mundial, con casi 40 millones de cajas embarcadas, según confirmó a Prensario su Operations and Sales Director North America, Central America & The Caribbean, Víctor Méndez.

El ejecutivo pone como prioridad la consolidación en el Cono Norte: 'Nos queda consolidar México, avanzar hacia los mercados de Centro América, el Caribe, Estados Unidos y Canadá.

Hemos sido muy exitosos en el lanzamiento de nuestra línea de televisores inteligentes en Estados Unidos y México, a través de nuestros distribuidores autorizados, y definitivamente la marca Skyworth está penetrando de manera exitosa en los mercados. La calidad de nuestros productos y de nuestros ingenieros, hacen de Skyworth una solución "future Proof" y buscando relaciones a largo

plazo con los principales operadores de la región'.

Tres divisiones para la casa conectada

Esto se dio en todos los formatos y plataformas como se anunció el año pasado: 'Skyworth ha desarrollado tres divisiones estratégicas para atender todos los requerimientos de la casa conectada. En primer lugar con *Smart Video*, con set up en todas sus modalidades y en todas las gamas. Luego tenemos *Smart Connect*, con equipos de broadband para mejorar la experiencia de ancho de banda como routing, Wifi Mesh, LTE y GPON. Y en tercer lugar *Smart Things*, Sistemas de Integración y soluciones End to End para desarrollar soluciones IoT', señala Méndez.

Esto le permite Skyworth generar soluciones integrales para la casa conectada, seguir promoviendo los dispositivos de video y ancho de banda dentro de los hogares y siguiendo



Víctor Méndez

las tendencias de desarrollo de la industria'.

Tendencias actuales

'Los requerimientos de los clientes demandan más servicios OTT para ver contenidos en cualquier momento y en cualquier dispositivo, la necesidad de considerar una casa conectada, cobra más sentido porque los clientes pasan más tiempo dentro del hogar.

Los trabajos que permiten el "Home Office" demandan claramente más anchos de banda para que la experiencia de las herramientas de colaboración y entretenimiento familiar coexistan satisfactoriamente'.

La tecnología más avanzada para pruebas funcionales y actualización de firmware en terminales de Datos, Voz y Video



STBTP: Banco de pruebas para Set-Top Box
Procesa decodificadores de TV digital, para múltiples sistemas de video

CPE ATLAS: Banco de pruebas para terminales de Datos y Voz
Para terminales Cable Modem - EMTA - ONT - DSL - Enrutadores WiFi - AP

CPE ATLAS Mini: Versión reducida del CPE ATLAS
La opción adecuada para producción de bajo volumen, certificación y homologación de equipos CPE

Promptlink: proveedor líder de soluciones automáticas en alto volumen de producción, para logística reversa y recuperación de terminales.

Promptlink Communications
4005 Avenida de la Plata, Oceanside, CA 92056, USA
+1 760 688 4022 ext. 726
www.promptlink.com

Lindsay Broadband se asocia con Accelleran y Cogeco



David Atman, presidente de Lindsay Broadband

Lindsay Broadband y Accelleran anunciaron que Cogeco Communications Inc. está probando su solución de celda pequeña LBSCS-A1-EA de una sola caja para implementaciones LTE a través de redes HFC con Backhaul de DOCSIS. Lindsay Broadband y Accelleran se han unido para ofrecer una solución de una caja que comprende una celda pequeña LTE que opera en la banda de 3.5 GHz (42), un módem DOCSIS 3.1 reforzado industrialmente y un sistema de suministro de energía protegido contra sobretensiones (cable de 40-90 VCA que en la entrada de la planta se convierte a DC y PoE).

Esta solución generalmente está destinada a implementaciones en escenarios empresariales, públicos urbanos y suburbanos para complementar la cobertura macro con capacidad focalizada adicional, o como una red de una sola capa, ultradensa, de solo una celda pequeña. 'Lindsay Broadband y Cogeco han tenido una relación de trabajo desde 1990, incluida la primera implementación de DOCSIS Wi-Fi® montada en una cadena canadiense en 2005. La experiencia en diseño e ingeniería de Lindsay en combinación con la tecnología de radio y software de Accelleran ha resultado en la capacidad de producir una solución de celdas pequeñas alimentadas por plantas HFC, fácil de implementar y fácil de usar para los técnicos', dijo David Atman, presidente de Lindsay Broadband. Y agregó: 'La estrategia de puerta de enlace de red de alimentación y celdas pequeñas de Lindsay ha proporcionado una solución rentable para los operadores de cable desde 2015. La integración de la radio Accelleran permite a los operadores utilizar la infraestructura existente para un nuevo ROI en una vivienda'.

Incorpora nuevo especialista en soporte de sistemas



James Foster como especialista en soporte de sistemas para GPON / XGS-PON Solutions

Lindsay Broadband anuncia la incorporación de James Foster como especialista en soporte de sistemas para GPON / XGS-PON Solutions, para las industrias de cables y telecomunicaciones. 'James será responsable del desarrollo, diseño y prueba de la próxima generación de soluciones de infraestructura IP y XGPON de Lindsay para las industrias de cables y telecomunicaciones', dijo Ken Weaver, Director de Ingeniería Óptica. Y agregó: 'Le damos la bienvenida como miembro clave de nuestro equipo en constante crecimiento a medida que continuamos ampliando nuestras ofertas de tecnologías y soluciones de red de próxima generación'.

MAXIMIZE THE INTELLIGENCE OF YOUR NETWORK

with our

Shielding Integrity Solutions

THE INTELLIGENCE of a network lies in its ability to collect, transmit, analyze and use information to make informed decisions.

Given the importance of evolving, leakage and ingress detection management is at the heart of smart networks.



cpatflex.com • info@effigis.com

effigis
GEO SOLUTIONS

Soluciones de Extremo a Extremo GPON & XGS-PON

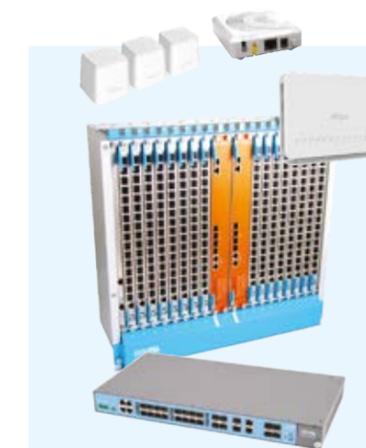
LINDSAY
BROADBAND

NUEVO!

Las soluciones GPON y XGS-PON de extremo a extremo de Lindsay son amigables al usuario, programables y muy robustas. Las mismas ofrecen el menor costo de propiedad y la mejor relación costo-beneficio.

Características

- G16 Lumia: OLT GPON de 1RU con 16 puertos compatibles con los estándares
- Diseñado para soportar temperaturas de -40°C to +65°C (-40°F to +149°F), con 235 mm (9.25") de profundidad y alimentado por doble fuente de poder de -48 VDC y consumo < 80 W
- Chasis de hasta 20 ranuras/14RU también disponibles
- Plataforma escalable con estructura basada en Linux® construida en un procesador de red de nueva generación
- Soporta la distribución de sincronismo IEEE 1588v2 SyncE via PON con 6 interfaces adicionales GE SFP para conexiones P2P y 3 entradas de alarmas programables
- Emparejado con un sistema de gestión de nodo virtualizado que permite configurar, diagnosticar, actualizar software, hacer inventario y monitorear alarmas de OLTs y ONTs desde una interfaz gráfica de usuario común
- Complementado con una amplia gama de soluciones para suscriptores con capacidad gigabit que permiten implementar estrategias de despliegue con 1 o 2 cajas y gestión a escala utilizando BBF TR-069
- Utilizado junto con la plataforma óptica para headend, amplificadores EDFA con combinador PON y los nodos RFoG LBON520AC de Lindsay, permite ofrecer una solución completa con superposición de video de extremo a extremo



Prepare su red para el futuro con esta solución costo-efectiva

Manteniéndote Conectado.
Tecnología Robusta. Desempeño Garantizado.

www2.lindsaybb.com/pGPON | info@lindsaybb.com | +1.705.742.1350

Soluciones Ópticas, RF, Energía y Servicios de Valor Agregado

Technetix apunta al futuro de la velocidad y redes de alta capacidad

Por Rodrigo Martín, Regional Sales & Engineering, CaLA

Las necesidades crecientes de velocidad y capacidad han conducido a la industria de la banda ancha por cable a desarrollar redes más rápidas y mayor capacidad. Ancho de banda extendido, mayores profundidades de modulación son algunas de las soluciones que se deben incorporar para mejorar la longevidad y flexibilidad de las redes actuales.

Los principales fabricantes de equipamientos están redefiniendo su oferta de producto mientras los operadores deciden que tecnología adoptarán para obtener 10Gbps.

El primer borrador de la especificación DOCSIS 4.0 por CableLabs se encuentra a punto de ser finalizada. Esta especificación definirá la siguiente generación soportará velocidades multi-gigabit y tendrá capacidad para una latencia más baja con mejoras en la seguridad de la red. A largo plazo, la industria global se esfuerza para alcanzar velocidades simétricas de 10Gbps en las redes de acceso como HFC, FTTx y Wireless.

Una parte clave de este nuevo standard es la incorporación de nuevas tecnologías, incluyendo Extended Spectrum Docsis (ESD), Full duplex DOCSIS (FDX) y Low Latency Docsis

(LLD) en un standard único en la industria. Estas tecnologías han sido desarrolladas para crear una red superior, más rápida, más eficiente y con mayor capacidad, particularmente en el upstream. ESD obtiene esto utilizando y separando el upstream y el downstream en puntos más altos del espectro. La tecnología FDX permite que los canales upstream y el downstream se utilicen de forma simultánea. LLD se enfoca en los dos factores principales de latencia en la red -queuing delay y media acquisition delay.



El Diseño Innovador Comienza con la Plataforma de Acceso Actual

Los operadores deben buscar una tecnología que esté disponible ahora y que proporcione nodos modulares "plug and play", amplificadores y soluciones (R-PHY) que permitirán futuras modernizaciones y actualizaciones de red. Para mejorar la longevidad y la flexibilidad de las redes HFC, los operadores necesitan la capacidad de actualizar fácilmente los módulos ópticos y RF instalados o actualizar a los nodos R-PHY a medida que evoluciona la arquitectura de la red.

Con el enfoque de un futuro en el que los



Rodrigo Martín, Regional Sales & Engineering, CaLA

operadores brinden servicios de multigigabits a los suscriptores, el modelo actual donde sólo agregaban hardware para permitir un aumento constante en el ancho de banda no puede continuar. La evolución constante de las plantas DOCSIS y HFC ha permitido que DOCSIS 3.1 sea entregado a través de una Plataforma de Acceso de Cable Convergente (CCAP). Esta evolución ha proporcionado un aumento en la densidad y la escala, lo que permite a los operadores abordar la demanda exponencial anual de mayor ancho de banda. Sin embargo, con la necesidad de reducir el gasto de capex y opex, los operadores están avanzando hacia arquitecturas de acceso distribuido y virtualización de redes.

Clear-Com lanza nuevos audífonos de doble oreja

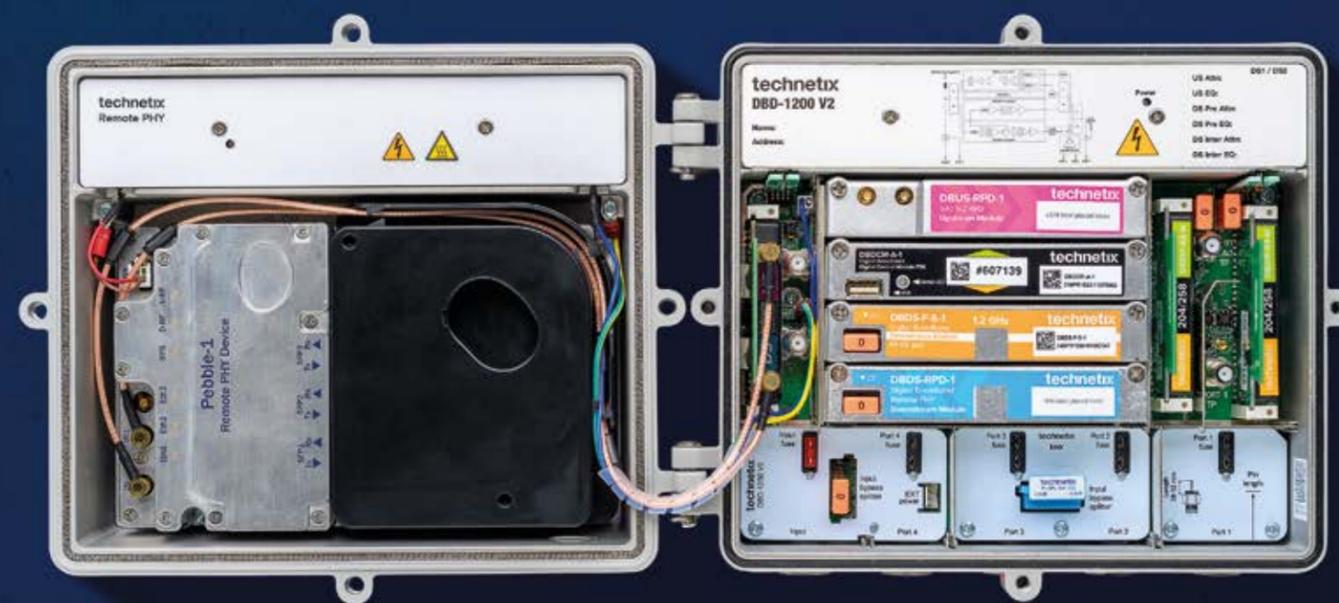
Clear-Com ha lanzado el CC-70 Headset, un auricular de doble oreja envolvente y liviano que se puede usar debajo de un casco, o equipo de protección personal. Esta nueva oferta de auriculares es una opción para los profesionales que deben usar gorros protectores que cumplen con las normativas de seguridad cada vez más estrictas, o para personas que simplemente prefieren una configuración de auriculares envolvente. El vicepresidente de producto de gestión de Clear-Com, Simon Browne, dijo: 'La comunicación de audio clara ha sido durante mucho tiempo un desafío para quienes de-

ben usar casco protector, desde carpinteros y electricistas en escenarios de eventos en vivo hasta personal industrial o militar que opera en entornos peligrosos. El CC-70 resuelve perfectamente este problema con claridad y comodidad de audio al tiempo que proporciona una alternativa atractiva para los profesionales de producción y presentadores en pantalla que prefieren estilos de auriculares envolventes'. La estructura de auriculares inteligentemente diseñada del CC-70 corre detrás del cuello y sobre las orejas, terminando con el brazo del micrófono cerca de la boca,



haciéndolo compatible con gorros protectores. El audio se transmite a través de auriculares internos que atenúan el ruido; los usuarios pueden usar un solo auricular para escuchar las comunicaciones del canal y seguir estando al tanto de la conversación ambiental.

DBx plataforma de acceso modular



Technetix DBx es una plataforma de acceso flexible con módulos intercambiables que se puede reemplazar rápidamente y económicamente para cumplir con los requisitos cambiantes para actualización de red.

AMPLIFICADOR >>> NODO >>> REMOTE PHY

Technetix ha suministrado 750,000 amplificadores inteligentes DBx a los principales operadores en todo el mundo. **Nadie conoce HFC mejor que nosotros.**

- 1.2 GHz completamente funcional, listo para DOCSIS 3.1
- Listo para operación remota usando transpondedor DOCSIS
- Diseño energéticamente eficiente
- Actualizable en campo
- Plug-ins no requeridos
- Plataforma modular permite actualizar amplificadores a nodos y hasta Remote PHY



Para obtener más información sobre la segmentación virtual, escanee el código QR.

technetix.com · info-mx@technetix.com · +52 (0)1 55 4244 1506

Merlin se convierte en distribuidor de Canon en Latinoamérica



En diálogo con **PRENSARIO**, **Edson Marion** destacó la alegría y satisfacción que le produce anunciar que: **Canon** es la marca más nueva que se une a las representaciones oficiales de **Merlin Distributor**, para la línea Professional Video & Vixia'. Marion agregó: 'Además de ser líder del mercado, Merlin ha sido una de las empresas más respetadas en el mercado audiovisual, conquistando esta posición debido a los resultados que ha ido obteniendo a lo largo de los años, mostrando un crecimiento sostenido en ventas y logística, entre otros objetivos alcanzados que permitieron ese logro. 'Esta alianza muestra la reputación y credibilidad de Merlin en el mercado. Calidad en los procesos y agilidad en el servicio, son características intrínsecas de la empresa y los profesionales saben que encuentran estos servicios en la nuestra'. Sobre el objetivo de la alianza entre Merlin y Canon, el ejecutivo dijo: 'Esta nueva alianza tiene como objetivo beneficiar directamente a miles de profesionales y minoristas del segmento audiovisual en América Latina y demuestra la relevancia que tenemos hoy en el mercado. Además de los criterios ya destacados, **Merlin** siempre ha tenido seriedad y compromiso con el mercado profesional, cualidades que también son reconocidas y aplicadas por Canon', finalizó Marion. Las operaciones comerciales de Merlin Distributor como distribuidor de Canon para Latinoamérica ya están en operación y promete agilizar todos los procesos de compra y venta de la línea Canon Professional Video & Vixia'.

merlin
DISTRIBUTOR

Canon

Canon refuerza su oferta cinematográfica con la EOS C300 Mark III

Canon lanza al mercado dos novedades dirigidas a la producción audiovisual: la nueva cámara **EOS C300 Mark III**, con un nuevo sensor CMOS DGO (Dual Gain Output) Súper 35 mm 4K, y el objetivo zoom CN10X25 IAS S, un cine-servo 8K, con un zoom 10x (25 mm - 250 mm), una gama focal excepcionalmente amplia y la posibilidad de llegar hasta los 375 mm si se utiliza el multiplicador óptico 1,5x incorporado.

Basándose en la **EOS C300 Mark II**, lanzada en 2015, la **EOS C300 Mark III** está equipada con el nuevo sensor DGO, que mejora los resultados HDR superando los 16 pasos de rango dinámico, un diseño configurable (similar al de la **EOS C500 Mark II** lanzada el año pasado), así como la capacidad de grabar hasta 120 fps en 4K en Cinema RAW Light o XF-AVC, la cámara es adecuada para distintos tipos de producciones desde documentales a anuncios televisivos, así como videos corporativos y series dramáticas.



Sensor DGO

La primera cámara de Canon en incorporar un sensor DGO, un sistema de imagen de nuevo desarrollo que ofrece una calidad de imagen clara y nítida con poca luz, así como unas capacidades de captación HDR superiores, con la **EOS C300 Mark III** los profesionales podrán realizar grabaciones HDR más espectaculares que nunca. Cada uno de los píxeles del sensor es leído con dos niveles de amplificación diferentes, uno alto y otro bajo, que luego se combinan para crear una imagen única. La ampliación más alta de la lectura se optimiza para captar detalles claros y nítidos en las áreas más oscuras, mientras que la amplificación más baja de lectura se optimiza para captar detalles en las zonas más luminosas. Cuando se combinan, con precisión a nivel de píxel, los detalles y las calidades en las áreas de altas luces y con poca luz de la imagen se mantienen y se mejoran, lo que permitirá a los profesionales conseguir un rango dinámico mucho más alto, de hasta más de 16 pasos.



XA 55 UHD 4K

La videocámara XA55 es una excelente alternativa rentable para aquellos que necesitan satisfacer las demandas de video profesional 4K, como locutores independientes y profesionales independientes. Con resolución de grabación 4K UHD con hasta 30 fotogramas, doble ranura para tarjeta SD con posibilidad de grabación simultánea, estabilizador de imagen de cinco ejes y dos entradas de audio XLR balanceadas.

NUEVO DISTRIBUIDOR CANON LATINOAMERICA LÍNEA PROFESSIONAL VIDEO & VIXIA



XA 40

XA 45

XA 50

merlin
DISTRIBUTOR

MERLINDISTRIBUTOR.COM
sales@merlindistributor.com
LATAM +1 (305) 809-0808
LATAM +1 (786) 290-4705
BR +55 (19) 3275-1611

Canon
Distribuidor latinoamerica

LIBERTAD TOTAL. CONTROL AL DETALLE

La mejor forma de programar tus contenidos.

VSNcrea es el sistema web y multi-tenant de tráfico y planificación ideal para planificar tu parrilla de programación para todo tipo de canales (lineal o no lineal).



Gestiona todo tu catálogo de contenidos y publicidad de forma visual e intuitiva



Planifica tu emisión por TV tradicional y/o plataformas VOD, OTT y Web TV



Automatiza la gestión y publicación de campañas de publicidad en base a reglas inteligentes para maximizar su rentabilidad



Integra tu sistema de tráfico y planificación con terceros sin límites



Analiza el rendimiento de tus contenidos y publicidad desde el módulo de analíticas

Reserva tu demo sin compromiso:

vsn-tv.com/es/hablemos