

WarnerMedia



SOMOS WARNERMEDIA



El Gourmet cumple años y para celebrarlo estrena el podcast

“20 años siendo parte de tu vida”

Podcasts de EL GOURMET

20 Años



Escúchalo en: [Spotify icon] [Apple Podcasts icon] [Google Podcasts icon] [YouTube icon]



Edición Especial Cono Sur, en el formato de revista digital + expo virtual

Sinergizando con Jornadas, CAPER, NexTV Argentina, el Ojo y Chile Media Show Virtuales

Esta vez toca en noviembre nuestra histórica edición temática sobre el Cono Sur de Prensario, donde volvemos el 10, 11 y 12 de noviembre, a tener el formato ganador de revista digital + expo virtual que cumple la función de llegar a los clientes en la pandemia.

Todos los años hacemos coincidir esta

edición con Jornadas y este particular 2020 no es la excepción. También lo hacemos por cercanía de fechas con nuestros aliados de CAPER para el post evento Broadcast, NexTV Argentina, Chile Media Show y el Ojo de Iberoamérica como evento de Ad Sales, por lo cual tendremos una cobertura para

Argentina, Chile, Uruguay, Paraguay, Bolivia y Perú más completa que nunca.

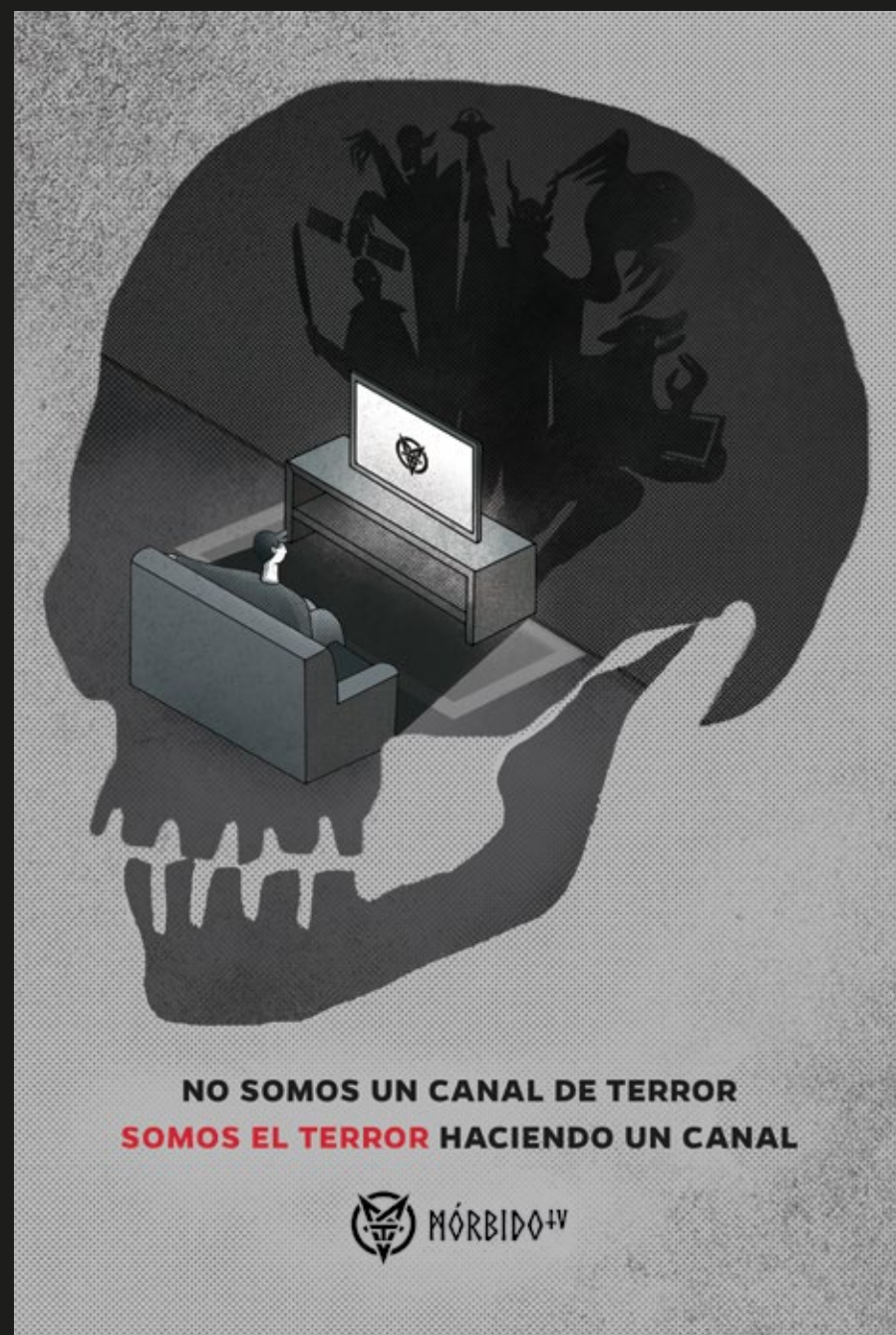
La revista digital sale el 9 de noviembre pero la expo virtual tendrá la landing page www.expoPrensario.com con stands disponibles para nuestros anunciantes, breaking news con los mejores operadores de esos países, y tres semanas de promoción cruzada con newsletters, email blast, y redes sociales hasta el 27 de noviembre.

Entre los clientes de señales y tecnología que siempre nos enriquecen, en esta edición vale destacar a **Telecom Argentina, Telecentro, DirecTV, Supercanal**, las cooperativas y las cámaras de ISPs **CABASE** y **Cappi**, que empiezan a distinguirse como clientes en Argentina. Además, **VTR, Claro** y **TV Cables** de Chile, los grandes de Uruguay, **Cotas** de Bolivia, **Millicom** por Paraguay y **Movistar Perú** con Gonzalo Arrisueño que ya lideró la edición para el Cono Norte en octubre, junto a **APTC**. En la parte de Broadcast de CAPER, destacamos además a **Artear, Telefé, Disney** con el lanzamiento de Disney+, **Turner, Unitel** de Bolivia y otros grandes broadcasters, en un conjunto que nunca habíamos tenido el Cono Sur pues hacíamos ediciones separadas antes de la nueva normalidad.

Special issue: Southern Cone, South America

Our traditional Prensario special issue covering South America's Southern Cone takes place with our new digital magazine format plus a virtual expo at www.expoPrensario.com along three weeks of cross promotions. This is a demanding year, with not only synergies with Jornadas Internacionales, ATVC-Capps, but also with CAPER regarding broadcast and digital cinema; Dataxis' conference NexTV Argentina; advertising conference *El Ojo de Iberoamérica*, and Gupo ISOS' venue Chile Media Show, all of them deserving complete coverage.

This showcase will last from November 9 to November 27, with all the top operators present, among them Telecom Argentina, Telecentro, DirecTV, VTR Chile, Claro, Movistar Peru and others. In addition, you'll also find all the new ISP's that are entering the video delivery business, among them CABASE and CAPPI. On the linear television and streaming side, Artear, Telefe, Turner, Disney+ and all the other top players allow us to provide a complete overview of the Latin American Southern Markets at this time.



NO SOMOS UN CANAL DE TERROR
SOMOS EL TERROR HACIENDO UN CANAL



LÍDERES, SIEMPRE.



#LAREALIDAD

Cono Sur: de lo lineal al streaming, la gran aventura

El éxito mundial de Netflix, visible a nivel mundial en los últimos años, no podía pasar inadvertido en América Latina y por lo tanto el Cono Sur, zona geográfica donde conviven varios países y Brasil, unido a la sub-región por el Mercosur y diferenciado en televisión paga por un detalle: los principales cableoperadores son controlados por telcos.

Brasil tiene otra característica diferencial: en ese país, los productores de contenidos no pueden controlar la distribución de los mismos. Estas y otras circunstancias han promovido el crecimiento de los ISP's (Internet Service Providers) con particular fuerza; y, esos proveedores de conectividad han llegado a la conclusión de que, como las telcos en los otros países –Telefónica Movistar, América



Diego Lerner, CEO Disney Latinoamérica

Móvil y Millicom a nivel regional, pero también Telecom en Argentina--, necesitan agregar contenidos a su oferta de servicios para retener suscriptores y aumentar el consumo, en términos de minutos o Megabytes. Esto, para compensar la pérdida de ingresos resultante de la competencia de las redes sociales a las antiguas llamadas de larga distancia, nacionales e internacionales. Un efecto secundario ha sido la desaparición de los tradicionales 'teléfonos públicos', a los que prácticamente nadie necesita actualmente recurrir.

La masificación de los teléfonos celulares y el alto porcentaje de "smartphones" (con capacidad de comunicación por Internet, y por lo tanto de conectarse por redes sociales) han completado este cambio de paradigma. Y, la televisión no podía quedar a salvo de esta disrupción: en tanto las audiencias de la televisión fija han ido cayendo, el porcentaje de las poblaciones que sintoniza contenidos audiovisuales a través de su teléfono móvil ha aumentado notablemente. Al mismo tiempo, se ha modificado el perfil de esos contenidos: períodos de sintonía más cortos, pero en múltiples ocasiones. Para un negocio que aún recuerda con cariño las reuniones familiares alrededor del televisor hogareño, el que los jóvenes se niegan ahora a tener un receptor en su habitación resulta poco menos que incomprensible.

País por país

El negocio de los cableoperadores se ha visto afectado también por la alternativa de sintonizar canales lejanos, fuera de su área de cobertura, por Internet. En Argentina, los canales de Buenos Aires cobraban a los "cableeros" del interior por retransmitir su imagen. En Uruguay, las emisoras de la asociación de teledifusoras Andebu tenían cableoperadores "asociados", en tanto los "independientes" formaron la entidad CUTA para ofrecer alternativas. En Paraguay, las telcos avanzaron sobre los cableoperadores "independientes" captando buena parte de su mercado, en tanto la estatal Copaco no ha logrado formular aún una alternativa IP englobante. En Bolivia, la estatal Entel y la luxemburguesa Millicom han planteado fuerte competencia a las cooperativas locales que dominaban en el panorama en las



Pablo Iacoviello, Jefe de contenido para Latinoamérica, AMAZON Prime Video

principales ciudades. En Chile, VTR, de Liberty Media, se afianzó como principal oferente de TV paga pero tiene a las telcos Telefónica y Entel Chile como fuertes competidoras, además de varios "independientes". En otros países, DirecTV se desarrolló ofreciendo una opción satelital en lugares poco poblados pero también compitiendo con el cable en zonas urbanas.

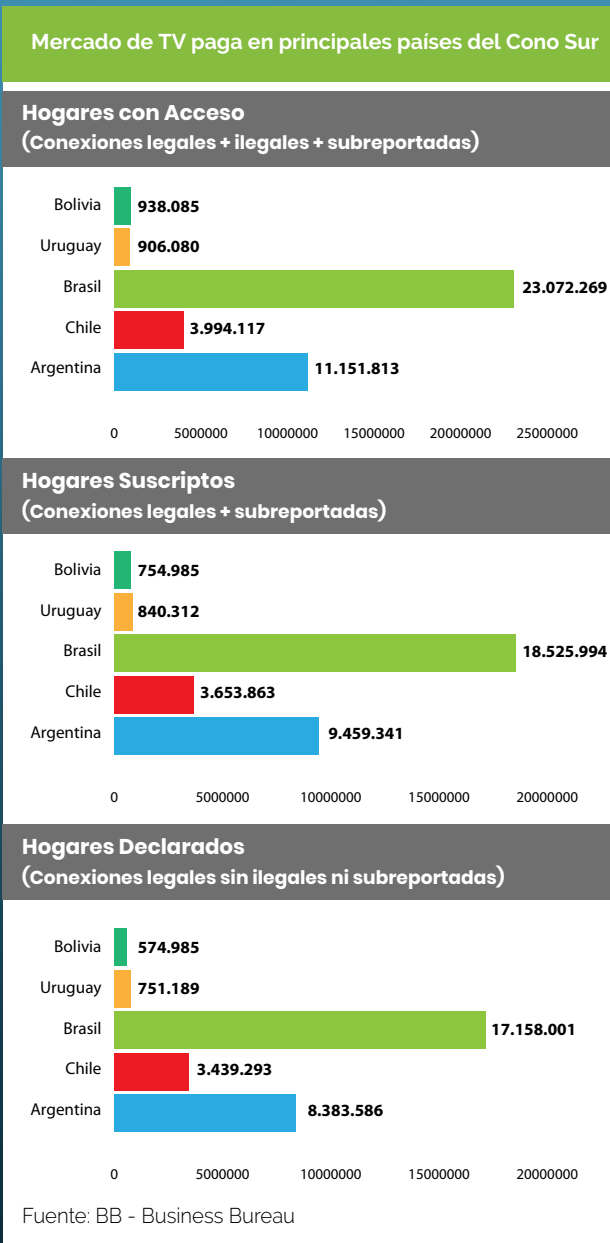
Todo esto ha cambiado con el aumento de penetración de la conectividad a Internet en los últimos cinco años. En Uruguay, el ambicioso plan de la estatal Antel, que tiene hasta su propia "arena" para espectáculos en vivo; en Chile, por la competencia entre VTR y las telcos; en Bolivia, por la acción de Entel y el exitoso satélite doméstico y las cooperativas; en Paraguay, las telcos disputándose un mercado poco desarrollado.

Se vienen más OTTs

Todo esto generó un gran mercado para



Agustín Vigil, de América Móvil; Rita Hering, de ViacomCBS; Alberto Islas, de Claro Video; Laura Pérez y Natalia Delmas, de ViacomCBS Americas



los servicios de Streaming, que en muchos casos se conectan a través de las redes de los cableoperadores, obligando a éstos a cambiar de estrategia: en lugar de pretender cobrarles por el transporte, ahora los ofrecen como si fueran canales adicionales, tras un acuerdo mutuo. Además de Netflix, que en Argentina está al alcance del 65% de la población (no necesariamente suscriptores, por el plan de usuarios múltiples), están ya Amazon Prime Video y aterrizan Disney Plus, Apple Plus, HBO Max y el servicio gratuito con publicidad AVOD PlutoTV, entre otras. Además, muchos servicios locales, entre ellos Flow en Argentina y Antel en Uruguay.

A esto se suma un fenómeno en ciernes: buena parte del contenido actualmente disponible en los canales de TV paga lineal puede pasar a requerir una suscripción a estos servicios de streaming (conocidos como OTTs, por "Over The Top") para ser vistos a

futuro. Esto puede convertirse en algo traumático porque se sabe que existe un límite de suscripciones a OTTs que un hogar promedio puede aceptar: en la actualidad, no más de tres.

Suscriptores de cable, estables en la sub-región

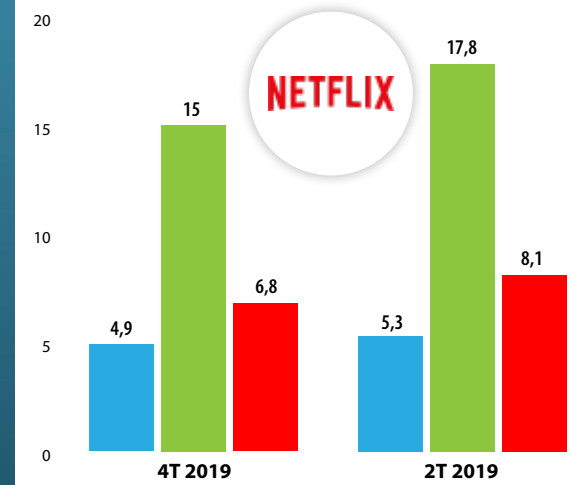
A diferencia de los Estados Unidos, donde el fenómeno "cord cutters" (literalmente, que 'cortan el cable') y "cord nevers" (que nunca se suscribieron al cable o satélite) crea alarma, en Argentina y Uruguay la base de suscriptores a TV lineal se ha mantenido o aumentado un poco, en Chile ha bajado algo y en Brasil ha sido más fuerte esa disminución, probablemente por la estrategia de las telcos hacia el cable. También es cierto que los precios relativos son menores que en la Unión Americana, donde un servicio completo de cable puede llegar a costar 150 dólares y el promedio está en 80. Pero, de todos modos, hasta ahora las OTTs aparecen como principalmente un 'agregado' y no un 'sustituto' para buena parte de la población. El apego a la programación local y el que los canales ofrezcan programación diferente a la de las OTTs puede ser influyente. La disponibilidad de redes de TV abierta también influye: en Brasil hay al menos seis de ellas, frente a cinco en Chile y tres en Uruguay y Argentina. El número de canales de aire ha aumentado también significativamente en Paraguay, pero se carece de información que sugiera que han reemplazado a la TV pago, lo que sí sucede en Brasil cada vez que hay crisis económicas.

De todos modos, el crecimiento de la TV paga lineal durante 25 años se ha convertido en una estabilidad con escasa pérdida. A esto ha sumado la venta de DirecTV a la telco estadounidense AT&T, que ha debido enfrentar cuestionamientos antimonopolio y, además, no parece muy entusiasmada con los resultados de la operación. En Venezuela dejó de operar y sus activos fueron comprados por otros empresarios, en otros países está más orientada que antes a la generación de contenidos propios y adquisición de derechos sobre programación que pone a disposición bajo demanda, como las OTTs.

Hollywood Vs. Silicon Valley

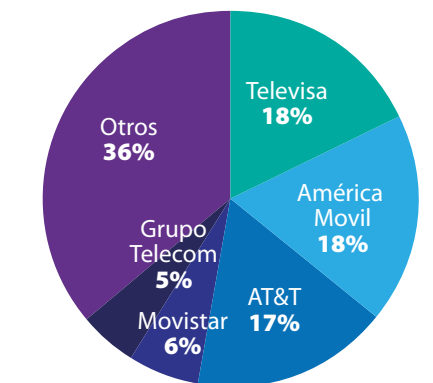
Para los productores de contenidos, la emergencia de Netflix y Amazon Prime Vi-

Evolución estimada Suscriptores de Netflix en países de América Latina - en millones

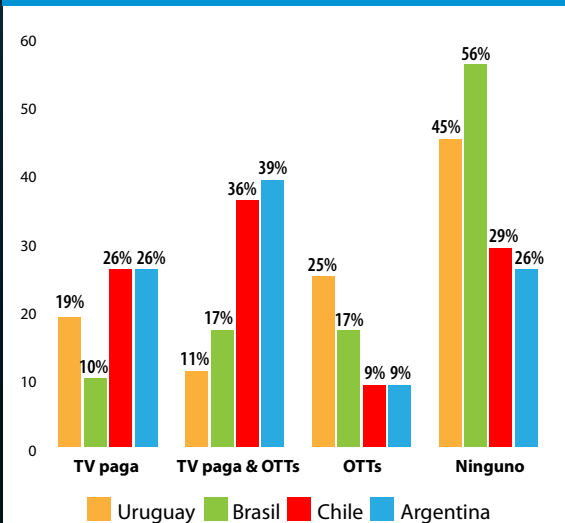


deo plantea una disyuntiva aún no resuelta: estas empresas compran la totalidad de los derechos por una suma fija. Los creativos noveles se deslumbran con la posibilidad de tener asegurados los gastos de producción y una cierta utilidad, y revolotean alrededor de estos gigantes. Los que ya han saboreado el éxito se quejan de que no pueden participar de las ganancias adicionales que debiera generar una serie de éxito. Es, nuevamente, el conflicto entre el modelo de Silicon Valley (maximizar clientela con el menor precio rentable) y el de Hollywood, de maximizar el precio en cada etapa de la explotación. De modo que, en un futuro cercano, veremos a los gigantes de Hollywood, antes proveedores de su contenido, compitiendo en este terreno con los de Silicon Valley. No retengan la respiración.

Market Share de operadores de TV paga en América Latina según cantidad de hogares suscritos



Cono Sur - Penetración de TV paga y OTTs





La 30° edición de Jornadas Internacionales

Serán por primera vez virtuales

La Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC) y la Cámara Argentina de Productores y Programadores Audiovisuales (CAPPSPA) realizan la 30° edición de Jornadas Internacionales. En un contexto totalmente atípico Walter Burzaco y Sergio Veiga, presidentes de ATVC y CAPPSPA, brindaron detalles sobre Jornadas Internacionales 2020, que se llevará a cabo los días 10, 11 y 12 de noviembre en www.jornadasinternacionales.com.

Como la mayoría de los eventos de este año, la pandemia obligó a reconfigurar las exposiciones a nivel mundial, Jornadas Internacionales no fue la excepción, pensada para mediados de septiembre, los organizadores decidieron retrasarla hasta noviembre con la esperanza de llegar a realizarla de forma presencial, pero la emergencia sa-

nitaria no dio respiro y se tuvo que realizar el encuentro anual de forma virtual.

‘Este escenario de pandemia mundial nos expuso un desafío adicional a lo que ya implica de por sí la realización de un evento de estas características. Cumplimos 30 años y, más allá de todo, sabemos que debemos estar a la altura de lo que requieren la industria, los espectadores y los medios. Es por eso que desarrollamos una plataforma de vanguardia, en donde encontrarán conferencias de primer nivel y material comercial de exposición, para visitar y rever cuándo, cómo y dónde quieran’, explicó Burzaco.

Sobre esta edición virtual hay que destacar que la organización está llevando adelante una propuesta que incluye no sólo stands virtuales, charlas y exposiciones, sino que permite además que los expositores, puedan presentar sus productos en vivo y atender a sus clientes de forma virtual, pero en el momento. ‘Ideamos una propuesta integral, que no deje nada librado al azar. La idea es brindar una experiencia completa, donde cada expositor pueda personalizar su propuesta, y cada espectador pueda acceder al contenido que desee’, destacó Veiga.

Los directivos brindaron varios detalles sobre las temáticas que se presentarán en las conferencias académicas, además de confirmar la presencia de Claudio Ambrosini, presidente del Directorio del Enacom, en lo que será la apertura del evento. En esa primera jornada, habrá un panel con presencia internacional, que debatirá los requerimientos de la industria TIC para su evolución en la región. Por su parte, también tendrá lugar el debate sobre las diferentes formas de piratería y



Sergio Veiga, Andrés Ibarra, Horacio Rodríguez Larreta, Silvana Giudici y Walter Burzaco en la Inauguración de Jornadas 2019

las diversas experiencias para combatirla.

En la segunda jornada, los CEOs de la región expondrán su mirada sobre la actualidad del sector. Asimismo, representantes de las PyMEs argentinas expondrán sobre TV paga y acceso a internet.

El último día estará reservado para las temáticas que están marcando tendencia a nivel mundial y merecen un tratamiento específico en lo que respecta a su tratamiento en Latinoamérica: Redes y equipamiento de 5G, Producción audiovisual y Economía del conocimiento.

Los workshops y sesiones técnicas también tendrán su espacio. Se presentarán diferentes cápsulas digitales sobre los productos y servicios de las empresas programadoras expositoras, disertaciones para capacitación de personal y las ya clásicas exposiciones de primer nivel a cargo de la Society of Cable Telecommunications Engineers (SCTE).

La organización confirmó la participación, hasta la fecha, de 24 expositores: AMC Networks, Artear, Artic, AVS, C5N, CABASE, DAC, DirecTV, Discovery Networks, Eutelsat, EWTN, HITN, OLE Distribution, Red Intercable, SGD, Satsaid, Smithsonian Channel, SCTE, Telecom, The Walt Disney Company, TyC Sports, ViacomCBS y Warner Media.

‘Es un evento de actores digitales. Queremos que #Jornadas30Años sea una muestra de lo que representa el ecosistema digital en la región: el futuro del desarrollo TIC’, afirmó Burzaco. ‘La conectividad es un concepto imprescindible para comprender el presente de la industria y es en ese camino que ideamos este encuentro’, concluyó Veiga.



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

Contenidos que conectan | www.artear.com





La disrupción del streaming llegó a Latinoamérica.

El innovador y disruptivo servicio gratuito de streaming que ofrece una experiencia única con los mejores **Contenidos de TV, Películas y Series.**

Fácil de usar y con una plataforma publicitaria ideal para Partners y Marcas.

Una nueva forma de conectar con tu audiencia en una nueva dimensión del entretenimiento.



Powered By

VIACOMCBS



pluto.tv

Desafiamos la forma de nuestras pantallas. Liberamos el poder del contenido.

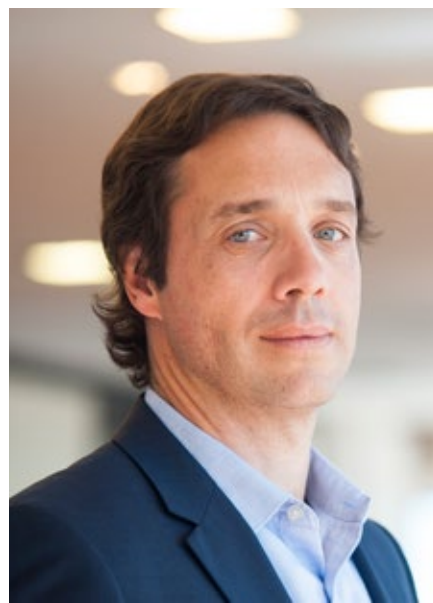


VIACOMCBS



Telecom aceleró su transformación digital

Nuevas alianzas de contenido



Gonzalo Hita, COO de Telecom Argentina

Para este especial de Cono Sur, contamos con los comentarios exclusivos de **Gonzalo Hita**, COO de **Telecom Argentina**, quien habló sobre los desafíos de este año y como la contingencia ayudó a acelerar su transformación digital. 'En Telecom, siempre decimos que lo que hace que seamos la empresa líder de entretenimiento y conectividad convergente, es el talento de nuestra gente y este año, lo reconfirmamos. Incluso fuimos más allá: porque esta coyuntura también funcionó como catalizador de nuestra transformación digital: Un ejemplo claro de este proceso es que, en todo este tiempo, desarrollamos de manera continua nuevas ofertas y soluciones que aportan un valor significativo sobre la conexión, con el objetivo de acompañar a nuestros clientes. Dispusimos todas las herramientas necesarias para que los clientes puedan realizar sus consultas. En tiempo récord, disponibilizamos de manera gratuita la aplicación de Flow para que todos los clientes de Cablevisión puedan acceder a través de cualquiera de sus dispositivos (celular, tablet, computadora, Smart TV). Y acompañando el momento especial que están atravesando los espectáculos de grandes pantallas, establecimos una alian-

za estratégica con productores nacionales de cine independientes para que Flow sea la pantalla de estreno de sus obras y puedan reencontrarse con el público'.

Mi Negocio Personal

'Desde **Personal**, lanzamos *Mi Negocio Personal*, la nueva solución de tienda virtual que impulsa la digitalización de la actividad comercial de emprendedores, pequeños comerciantes y los llamados "negocios de cercanía", iniciativa que refuerza el compromiso que tenemos con nuestros clientes para acercarle valor, más allá de la conectividad, y ser socios en su transformación digital. En este sentido, en el campo de los clientes corporativos, a través de Telecom - Fibercorp desarrollamos soluciones que les brindaban conectividad fija y móvil, seguridad y herramientas de videoconferencias y colaboración en general, entre otras'.

Incremento de la banda ancha

'Los cambios de comportamiento que generó la vida en aislamiento implicaron un crecimiento exponencial del tráfico que solíamos experimentar en las redes de Telecom. La mudanza de las actividades laborales, estudiantiles, de ocio y entretenimiento al hogar, impulsaron los niveles de consumo e incluso generaron variaciones de hábitos como el adelantamiento de lo que llamamos "hora pico". Sólo a modo de referencia, podemos mencionar que la internet hogareña creció en un 50% y el upstream tuvo picos de +230%, con un crecimiento del 75%. Sin embargo, nuestras redes gestionaron de manera satisfactoria este incremento, gracias al potenciamiento de infraestructura que hemos llevado a cabo durante los últimos años, al adelantamiento de obras e inversiones que estaban planificadas para los últimos períodos de este año y al desarrollo de otras obras para aumentar la capacidad. Entre otras medidas, ampliamos

la salida internacional de Internet en un 40%, suscribimos acuerdos para potenciar los vínculos con los proveedores internacionales y la red IP. Adelantamos obras de infraestructura en vía pública de las redes fijas de datos domiciliarias; reforzamos los centros de datos y centrales; e incrementamos la capacidad de la red de distribución de contenidos de Flow'.

Flow supera las cifras del primer trimestre

'Entre las claves del éxito de **Flow** podemos destacar la riqueza y diversidad de los contenidos que viven en su experiencia multidispositivo, y que hacen que el público la convierta en su plataforma de preferencia. Actualmente, Flow cuenta con +5 millones de dispositivos conectados, +13 mil horas de contenidos disponibles a demanda y +300 series, y tiene presencia regional en Paraguay y Uruguay. Su performance creciente no se vio modificada por el contexto actual. Sólo en el primer trimestre de la cuarentena, Flow alcanzó las 126 millones de views, superando en un 35% la cifra del primer trimestre del año. Además, sostuvimos la planificación y concreción de despliegue de Flow en nuevas plazas de diferentes zonas del país, de la mano de la nuestra tecnología de red fija complementada'.

Nuevas alianzas

'Asimismo, la inyección de contenidos innovadores y de calidad continuó con la cadencia que siempre la caracterizó. En este año tan particular, generamos más de 15 alianzas con partners estratégicos de Argentina y el mundo, que nutrieron nuestra plataforma de grandes títulos y estrenos exclusivos. Entre las alianzas, podemos mencionar a **Viacom International Studios (VIS)**, **BBC**, **Atrescine**, **The Mediapro Studio** y **Olympusat**, entre otras. Acuerdos que se suman a las que ya mantenemos con players de renombre mundial como **Sony**, **Disney**, **HBO** y **FOX**'.



L.A.'S FINEST *the Good Doctor* **GREY'S ANATOMY** **HAWAII FIVE-0**

ENTRETENIMIENTO PARA SEGUIR Y DESCUBRIR EN DONDE QUIERA QUE ESTÉS

AXN
a Sony Network

SONY CHANNEL

DISTRIBUIDO POR: **HBO LATIN AMERICA GROUP**

Consíguelo en el **App Store** **DISPONIBLE EN Google Play**

SONY PICTURES TELEVISION

Telecom apuesta a la producción nacional

Gran actividad de la gerencia de contenidos

Tony Álvarez, director de programación de Telecom, dialogó con Prensario sobre la actualidad de la empresa y las tendencias actuales del mercado.

‘La primer prioridad en este año fue incrementar el contenido educativo, y de entretenimiento, para los niños, considerando que las clases se iban a suspender e iban a permanecer las 24 hs. en sus hogares. La segunda prioridad fue llevar más contenido, y en mayor cantidad de dispositivos, ante la demanda que comenzó a crecer con toda la población en sus hogares, todo el tiempo.

Fue importante seguir fortaleciendo la relación con los programadores, para poder disponer cada vez de mas contenido para el VOD, comprar contenido que no este en otras OTTS, para que se vean solo en nuestra plataforma Flow.

Aumentos de ratings y otras tendencias en la pandemia

‘Desde el comienzo de la pandemia, notamos algunas tendencias generales. Por un lado, el encendido de la TV Lineal subió en general entre nuestros clientes, especialmente durante marzo, abril y mayo. Esto se vio apalancado especialmente por las señales de Noticias, con picos históricos en marzo y abril, y en segundo lugar las de Aire. Por otro lado, los géneros que tuvieron muy buen rendimiento durante esos meses fueron las Internacionales. Por cuestiones lógicas, las señales de deportes disminuyeron pronunciadamente sus ratings y se comenzaron a recomponer a partir de agosto.

Adicionalmente se incrementó considerablemente el consumo de contenidos VOD dentro de nuestra plataforma; aquellas señales que entregan muchos contenidos VOD se vieron beneficiadas por este incremento en el contenido.

Jerarquización del contenido VOD

‘En los últimos años, salvo el deporte

y las noticias, vemos que lo que se viene jerarquizando mes a mes es el contenido VOD, nuestros clientes con el lanzamiento de Cablevisión, ven los contenidos, cuando quieren y donde quieren. Si bien durante la pandemia los clientes optaron en muchos casos por contenidos referidos a las noticias para saber “¿qué está pasando?” el contenido VOD tuvo picos históricos de consumo.

Ni bien se decretó la cuarentena obligatoria, nos movimos rápidamente e incorporamos +110hs de contenido educativo desde marzo con esfuerzos de Flow y también gracias a

Discovery, NatGeo, Paka Paka y Encuentro, y llevamos nuestra librería infantil a +1200hs.

Luego adelantamos nuestro proyecto de masificar Flow App y la disponibilizamos para todos nuestros clientes clásicos y digitales (antes disponible solo en clientes HD y Flow Box) sin cargo adicional.

Por otro lado, lanzamos las señales Manijomio y A3 Cine, y en el mes de octubre estamos lanzando en la frecuencia 24 del digital la nueva señal IP del Grupo Octubre.

Post-Mortem y Los Internacionales

‘Seguimos apostando a la producción nacional, el lanzamiento de la serie original y exclusiva de Post Mortem, tuvo excelente aceptación, la cual fue una de las series de mayor consumo desde su lanzamiento.

En materia de coproducciones, si bien nos hubiese gustado estrenar más, también lanzamos Los Internacionales junto con Telefé y Mediapro.

Realizamos acuerdos con muchos productores y distribuidores locales y pudimos estrenar en exclusiva: Radahouse Temporada 3, las series Pepper y Adentro, los documentales Prode y Reset, y la película La Fiesta Silenciosa, entre muchos otros. En todos los casos, con muy buena recepción de la audiencia. Y de aquí hacia



Tony Álvarez, director de programación de Telecom

fin de año tenemos algunos proyectos más por estrenar.

Por otro lado, renovamos acuerdos de contenido no lineal con varios proveedores, y ya contamos con más de 13.000 horas de contenido, más de 300 series y 150 canales. Lamentablemente no pudimos producir más contenido nacional por la pandemia, pero ya tenemos casi terminada la segunda temporada de El Tigre Verón, que vamos a lanzar el 1er cuatrimestre del 2021, si se soluciona el tema de la producción, adicionalmente, tenemos para el 2021 nuevas propuestas de series exclusivas y originales y otras series con Polka y Turner.

Vuelta del fútbol argentino

Para finalizar, Tony habló de la vuelta del fútbol argentino: ‘La buena noticia es que el futbol se reinicia el 30 de octubre, es un producto muy importante en nuestra oferta de programación y teníamos mucha expectativa en que regrese lo antes posible, en mi opinión van a mejorar los números de clientes y de consumos del futbol local, como sucedió los buenos rating que se vieron reflejados con el regreso de La Copa Libertadores’.



VOD + PLAY + YOUTUBE + INSTAGRAM + FACEBOOK + TWITTER

ARGENTINA

DirecTV refuerza el compromiso con sus clientes en Argentina

DirecTV Argentina, durante este último año, logro ampliar su grilla de programación y brindó TV educativa ante la suspensión de clases para sus clientes. Además de poner a disposición su pantalla para la transmisión de campañas de bien público para reforzar su compromiso como fuente de información, además de entretenimiento y diversión. Todos los clientes de la DTH pudieron disfrutar hasta fines de octubre, de forma gratuita, del canal **Escuela Plus** (804) el cual brinda contenidos educativos para los chicos junto con contenido para todos los gustos, como abrir las señales de **AMC**, **History Channel** y **History Channel 2**. Recientemente, DirecTV comenzó a comercializar su OTT **DirecTV GO** en Argentina para clientes que no están sus-

critos a su oferta de DTH, como también hizo anteriormente en otros países de Latinoamérica, como Chile, Colombia, Ecuador, Uruguay, Perú y Colombia, país donde anunciaron también desde el mes de septiembre la oferta de nuevos planes de internet con 5G en algunas localidades de Bogotá, implementando nueva tecnología que permite alcanzar hasta 100 mbps. De esta manera, DirecTV GO en Argentina continúa siendo una plataforma de TV *Everywhere* gratuita para clientes de DirecTV, y, además, se comercializa como una plataforma de TV paga vía OTT. Su plan básico cuenta con 104 canales, con la posibilidad de packs adicionales premium, como Pack HBO,



Michael Bowling

DIRECTV

Pack Fútbol y Fox Premium. Completando un catálogo de canales en vivo, contenido *On Demand*, transmisiones deportivas y paquetes premium, para Latinoamérica. El acceso a DirecTV GO puede realizarse en hasta dos dispositivos en simultáneo, y un máximo de cinco dispositivos registrados a la cuenta para acceder a la plataforma. La plataforma es compatible con dispositivos Apple, Apple TV; Android y Android TV, Smart TVs de Samsung, Amazon y Roku.

CATEL: Proyecto junto a la UNLP para conectar a internet a más de 300 barrios carenciados en todo el país



Ariel Fernandez Alvarado, Presidente de CATEL

La Cámara de Cooperativas de Telecomunicaciones (CATEL) junto a La Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) firmaron un convenio específico que permitirá que la Universidad pueda brindar asesoramiento técnico y profesional a CATEL y sus asociadas en la elaboración de proyectos del Programa de Conectividad de Barrios Populares. Esta iniciativa podría beneficiar a más de 500 mil familias de distintos lugares del país. Participaron de la firma, **Marcos Actis**, el vicepresidente institucional de la UNLP, **Ariel Fernández Alvarado**, presidente de CATEL, **Horacio Frené** decano de la Fa-

cultad de Ingeniería, **Gabriel Merino** director de Visibilidad de la Producción Científica, **Pablo Fernández**, el secretario de CATEL, y los investigadores **Milton Oddone** y **Adrián Carlotto**. También participaron virtualmente, Nahum Mirad, presidente del INAES, Luis Lazzaro, director de Relaciones Institucionales del ENACOM, José Néstor Lino, presidente de COLSECOR y el vicepresidente de FEDECOBA Angel Echarren. A partir de este acuerdo la UNLP formará parte del "Programa para el Desarrollo de Infraestructura para Internet destinado a Villas y Asentamientos Inscriptos en el Registro Nacional de Barrios Populares en Proceso de Integración Urbana (RENABAP)" que se propone trabajar en soluciones de fondo para llevar conectividad a los barrios vulnerables. En cuanto a su cobertura, el proyecto permitirá conectar a más de 350 barrios populares de 4.416 existentes, de los cuales 154 pertenecen a los conglomerados de Gran Buenos Aires, Gran Rosario y Gran Córdoba. **Fernández Alvarado**, presidente de CATEL, expresó "es un honor para las cooperativas estar en esta casa, con

tanta historia y poder trabajar en conjunto. Avanzar en llevarle conectividad a los sectores humildes, va a ser transformador de la realidad de esas personas, y esto se logra con el compromiso y responsabilidad de muchos actores, y el involucramiento de la UNLP es fundamental para lograr este objetivo". La UNLP aportará conocimiento desde una visión estratégica sobre la implementación de proyectos para la prestación de servicios sobre áreas para necesidades insatisfechas, mediante el desarrollo de redes de transporte, el fortalecimiento de las redes de acceso ya existentes y la generación de condiciones económicas propicias para el desarrollo de nuevas redes de acceso. Además, el convenio también implica asesoramiento para los proyectos para adjudicación de aportes no reembolsables para el Programa de Acceso a Conectividad para Instituciones Públicas del Ente Nacional de Telecomunicaciones (Enacom) y se construirá un Observatorio del sector TIC para el diagnóstico y diseño de políticas de telecomunicaciones a partir del relevamiento estadístico del sector.



LO QUE NECESITÁS PARA CONECTARTE

- INTERNET
- FTTH & OTT
- TELEVISION
- DATACENTER
- CLOUD SERVICES
- ENLACES DE FIBRA



Gigared

ARGENTINA

Telecentro invierte en la transformación digital

Mientras mejora la velocidad de su red

Para este especial de Cono Sur, Prensario dialogó con **Jorge Mendez**, Director General de Telecentro, quien compartió la actualidad de la empresa, y los desafíos que tuvieron este año.

‘En primer lugar vale resaltar que en los últimos años estuvimos invirtiendo mucho en la transformación digital de nuestros procesos de atención. La implementación de herramientas de workforce management, automatización de canales de atención, y una estrategia de impulsar el nacimiento digital de nuestros clientes, fueron factores importantes para que podamos continuar ofreciendo un servicio en condiciones casi normales durante el comienzo de la pandemia. Por otro lado, la mayoría de nuestra empresa estaba preparada para trabajar en forma remota, lo cual hizo más fácil la transición. Por último y como punto fundamental, nuestra red estaba dimensionada y preparada para soportar el crecimiento de tráfico que se dio con la cuarentena’.

Aumento del tráfico durante el confinamiento

‘Después del 19 de marzo vimos crecimen-

tos sostenidos de tráfico de entre el 50 y 70% en cuestión de días. Y este crecimiento no quedó ahí, sino que sigue creciendo a la fecha. Gracias a la planificación y estrategia que veníamos manteniendo en Telecentro, no tuvimos impacto negativo por congestión, sino que pudimos soportar este crecimiento excepcional como si fuera algo orgánico’.

Inversión en la mejora de la red

‘Aunque el nuevo escenario nos pone algunas restricciones desde la pandemia y desde lo económico, seguimos apostando a invertir en la mejora de nuestra red. En ambos casos seguimos apostando a las últimas tecnologías para brindar la mejor calidad de servicio. La actualización de red HFC por Remote PHY, junto con Docsis 3.1, nos permiten brindar las mejores velocidades del mercado sobre la red de cable, llevando la fibra óptica más cerca del cliente. Por otro lado, todos nuestros nuevos despliegues son FTTH y usamos GPON o XGS-PON según los requerimientos del cliente. En los hogares estamos instalando WiFi 6 para dar



Jorge Mendez, Director General de Telecentro

la mejor experiencia de Internet en el hogar. Creemos que la conectividad que nuestros clientes necesitarán a futuro solo puede ser soportada si usamos la mejor tecnología’.

Últimos lanzamientos en el mercado

‘Este año ampliamos nuestro servicio Telecentro Wifi, que permite a los usuarios usar nuestra red de cientos de miles de Access Points para tener Wifi en infinidad de lugares. En lo que respecta a contenido, seguimos trabajando en mejorar Telecentro Play para ver los contenidos en nuestro deco smart, en dispositivos móviles, computadoras y ahora también soportamos Chromecast. Además de la posibilidad de buscar contenido con la voz agregamos contenido 4K. A los contenidos de Netflix y Youtube, sumamos la aplicación Youtube Kids y Amazon Prime Video, disponibilizando cada vez mayor cantidad de contenidos para nuestros clientes’.



Éxito en noticias

vo dijo: ‘Canal 26 comenzó a transmitir de lunes a viernes las 24 horas en vivo, con nuevos/as presentadores/es y una variada producción de noticias que abarcan el ámbito nacional e internacional. Nuestra señal puede verse en su formato televisivo tradicional en Latinoamérica (único canal de noticias argentino que llega a Brasil) y en algunos países del Caribe, así como también vía streaming desde cualquier parte del mundo’.



Canal 26 se consolida como uno de las señales más vistas

Federico Martínez, presidente de Canal 26, habló en exclusiva con Prensario, sobre la actualidad de la señal y el crecimiento del rating en la pandemia. ‘El rating general de Canal 26 subió en épocas de pandemia, profundizando una escalada que comenzó a observarse a principios del año 2020, ubicándose en el cuarto puesto de todas las señales de TV por cable que se ven en Argentina, según datos oficiales de la medidora IBOPE, con promedios de rating superiores a 1.2 y programas / noticieros con picos de audiencia de hasta 3.0 puntos. En cuanto a la medidora SMAD, Canal 26 se posicionó como la señal de noticias con mayor creci-

miento y audiencia’.

Posicionamiento frente a los anunciantes

‘A partir del posicionamiento estético de la pantalla, la independencia de la información y el crecimiento en el rating, el mercado publicitario entiende que nuestra pantalla es realmente eficiente para comunicar sus productos. La audiencia encuentra la frescura y dinamismo de la noticia en nuestra pantalla, facilitando esto a que los diferentes anunciantes tengan la certeza que las diferentes marcas que comercializan estarán expuestas al público deseado’. Sobre la parte de producción, el ejecuti-

Kuarzo Entertainment Argentina

J. A. Cabrera 5870, C1414BHF, C.A.B.A., Arg. Tel: +54 (11) 5218 9000 Mail: prensa@kuarzo.com

KZO ENTERTAINMENT

¿Y AHORA QUIÉN PODRÁ AYUDARNOS?

Lunes a Viernes - 7.00hs

NICOLE AL MEDIODÍA

Lunes a Viernes - 12.30hs

GOSSIP

Lunes a Viernes - 14.00hs

LAS RUBIAS

Lunes a Viernes - 16.00hs

LAS 10 DE NICOLE

Lunes a Viernes - 17.30hs

CON AMIGOS ASÍ

Lunes a Viernes - 18.30hs

TENEMOS WIFI

Lunes a Viernes - 20.00hs

AVANTI

Lunes a Viernes - 21.00hs

PAMPITA ONLINE

Lunes a Viernes - 22.00hs

ESTILO NY

Sábado - 23.00hs

UNA CITA CON EL AMOR

Domingo - 22.30hs

canal 30 Cablevisión

ARGENTINA

Supercanal amplía la capacidad de sus servicios

Debido al incremento de la demanda

Es muy importante para este especial de Cono Sur, contar con los comentarios de **Marcelo Juárez**, contador público y licenciado en administración, con 23 años en la industria de pay tv y su ya reconocida trayectoria como gerente de contenidos de Supercanal, especialidad que empieza a escasear en la industria. 'Supercanal tuvo una capacidad de adaptación muy importante en todas sus áreas. En nuestro caso particular, los equipos del área operativa del MSO, jefaturas y el personal de nuestras oficinas comerciales, bajo el liderazgo del nuevo COO de la compañía, **Andrés Bargués**, y de los gerentes de cada área, pasaron a prestar servicios en forma remota (home office), prácticamente sin impacto en nuestra capacidad operativa, requiriendo un gran esfuerzo de nuestros colaboradores.



Jerarquización de las señales lineales

'La mayor cantidad de horas de mayor cantidad de gente en sus casas, hizo que muchos descubrieran y valoraran señales que antes -por falta de tiempo-

no tenían la oportunidad de conocerlas. Sucedió principalmente con canales de documentales y factuales y canales de cine y series que no eran líderes de sus paquetes o segmentos. Pero los rubros que crecieron fuertemente en visualización o rating fueron los canales locales; aire de Buenos Aires y noticias que, con la ansiedad de noticias referidas al avance de la pandemia, a nivel mundial, nacional, pero -sobre todo- local, se transformaron en los principales medios de transmisión de las mismas'.

Aumento en la capacidad de los servicios

'En el servicio de Internet, ampliamos un 40% capacidad de prestación del servicio y, además, la demanda creció un 40%. En el caso de la TV, hubo un primer impacto de reducción muy fuerte de la cartera en los primeros 3 meses de la cuarentena. Pero luego, se aplicaron planes de recuperación de suscriptores y se adaptaron los protocolos de instalación o de reparación de servicios. En cuanto a lo técnico, se realizaron muchos trabajos de mejoras que derivaron en

Novedades en la programación

'A partir del trabajo de redistribución del uso de la capacidad de las redes, se lograron mejoras en casi todas las provincias de las grillas digitales, migrando señales a calidad HD -especialmente señales de noticias como TN-, y hasta incorporando nuevas señales en HD -como **Golf Channel**-. En cuanto a **MIO**, el servicio OTT de Supercanal, durante este año tuvimos la incorporación de nuevas plataformas SVOD, como **Paramount +**, que nos permitirán satisfacer la demanda de contenidos no lineales de calidad.

un uso más eficiente del ancho de banda de las redes, para poder brindar mejor calidad de servicios de TV y de Internet y, gracias a una buena organización y planes bien diseñados, pudimos afrontar esa mayor demanda con buenos resultados.

Además, tenemos el orgullo de que, en medio de esta crisis inédita, Supercanal ha ampliado la prestación de servicios de internet en Mendoza, Tucumán y San Juan; como así también la mejora en el uso del ancho de banda que pudiera permitir mejorar las grillas'.



Marcelo Juárez

Plataforma MIO

'Nuestra plataforma online MIO, ofrece un variado set de contenidos no lineales, de altísima calidad, exclusivos para los operadores de TV paga. La oferta no lineal se compone de contenidos básicos libres, como **Fox; Turner; Discovery**, entre otros, para los clientes de Supercanal. Otros contenidos Premium no lineales que requieren suscripción al Pack Premium Lineal correspondiente para poder acceder al VOD de MIO. Y también contenidos que deben ser pagados a parte, como las plataformas SVOD que no están ligadas a Packs lineales. Por último, la plataforma ofrece un paquete de señales lineales básicas muy requeridas por nuestros clientes, básicamente deportes, aire y noticias'.

Jornadas Internacionales

Sobre el mensaje que hubiera dejado para Jornadas, el que ejecutivo dijo: 'Necesitamos aunar esfuerzos para poder establecer reglas más claras de mercado, para evitar desequilibrios microeconómicos que terminan generando permanentes conflictos y no colaboran con la sana competencia y el desarrollo de mejores prestaciones y satisfacción de las necesidades en todos los niveles'.



LA TELEVISIÓN QUE NOS UNE



www.atresmediainternacional.com

Gigared aumenta la velocidad de internet para sus usuarios

Lanza nuevos productos de 50 y 100 Mbps



Carlos Granzotto, Gerente General de Gigared

Carlos Granzotto, Gerente General de Gigared, dialogó con Prensario sobre el incremento en la demanda de internet. 'La pandemia exigió al máximo a cada uno de los colaboradores en Gigared. Tuvimos que adaptarnos rápidamente a esta "nueva normalidad" que modificó por completo nuestra operatoria diaria (cuando comenzó la pandemia tuvimos el 93% del personal realizando home office). Pero siempre tuvimos como objetivo preservar la calidad y la prestación de nuestros servicios'.

Incremento en la demanda de internet
'Registramos un incremento en solicitudes

para UpGrades de velocidad. Entendiendo las necesidades de nuestros clientes, no solo tuvimos la capacidad de abastecer la demanda, sino que también lanzamos nuevos productos de 50 y 100 Mbps. También realizamos acciones de aumento de velocidad a nuestros productos de entrada. Contamos con una red

capaz de absorber sin problemas este tipo de demanda. Esto demuestra el compromiso que Gigared tiene para con sus clientes'.

Situación con los usuarios

Sobre la situación con los usuarios, el ejecutivo dijo: 'La pandemia y las posteriores medidas de aislamiento que se adoptaron afectó mucho a la economía. Si bien realizamos esfuerzos por mejorar nuestra oferta, vimos una caída en cuanto a altas de nuevos clientes.



Por otro lado, es cierto que vimos un aumento de la morosidad, pero desde Gigared articulamos varios beneficios para que nuestros clientes puedan continuar disfrutando nuestro servicio. Entendemos que es crucial poder acompañarlos en un momento tan complejo como el que estamos atravesando. No creo que haya una única manera de superar devaluaciones, como empresa debemos planificar cada movimiento cuidadosamente; y tener la agilidad de poder tomar las mejores medidas rápidamente ante un contexto económico incierto'.

Espacio Giga

'No vimos una jerarquización de las señales lineales, sí vimos un aumento de tráfico en una nuestra red y una mayor cantidad de clientes utilizando Espacio Giga.

Espacio Giga es gratis para todos los clientes de Gigared. Puedo afirmar que es una plataforma probada y consolidada que está a la altura de poder abastecer la demanda actual'.

Advenimiento de los OTTs

'Entendemos el potencial en cuanto a contenido de los diferentes OTT's. Pero también vemos que la mayor parte de nuestra cartera de Clientes tiene contratado el servicio de TV. En Argentina, el cambio del consumo de TV se va a dar paulatinamente. Espacio Giga es el producto que nos va a permitir estar posicionados para esa nueva etapa. Si, este es un proyecto que tenemos en carpeta, el compromiso es siempre estar a la vanguardia tecnológica. Estamos enfocados en que Espacio Giga continúe sumando funcionalidades a las que ya existen hoy, tales como 'Tv Everywhere, acceder a los plays de las principales señales y autogestión del cliente'.

Gigared crece con tecnología de última generación

Gigared ya ofrece fibra al hogar y crece con tecnología de última generación. Por intermedio de un ambicioso proyecto que plantea como principal objetivo responder a la demanda vinculada a los cambios en los hábitos de consumo en la nueva normalidad, Gigared se sumerge, una vez más, en un período de expansión que busca ofrecer un servicio con excelentes estándares de calidad. Incorporando la fibra óptica de última generación como herramienta de conexión, Gigared ya se encuentra ofreciendo tecnología FTTH en la ciudad de Corrientes. En un contexto donde el acceso a internet pasó a cumplir un rol fundamental, Gigared viene a brindar una conectividad más estable, sin intermitencias y con un mejor rendimiento a la hora de conectar múltiples dispositivos dentro del hogar. Gigared incorporó a su catálogo de fibra al hogar dos nuevos servicios cuyas velocidades son capaces de brindar hasta 50Mbps y 100Mbps de descarga y 8Mbps y 10Mbps de subida respectivamente. Según indican sus estudios de mercado, es un lanzamiento prometedor con la mirada puesta en el futuro.



PARA LOS BUSCADORES DE CONOCIMIENTO



PARA LOS CAZA AVENTURAS

Smithsonian CHANNEL UN MUNDO MÁS BRILLANTE

HISTORIA NATURALEZA CIENCIA AIRE Y ESPACIO CULTURA POPULAR

Documentales galardonados, inspirados en el museo Smithsonian disponible en HD y 4K.
Visite: smithsonianchannellatam.com

Para más información favor contacte a:
CASTALIA COMMUNICATIONS CORP.
Miguel Torres-Bohl: miguel@castaliacomunications.com

CABASE: Su hub de contenidos cumple un año con más de 100 señales

Mientras siguen a la vanguardia de internet con más de 700 proyectos de FTTH



Ariel Graizer, presidente de CABASE

Uno de los crecimientos orgánicos más interesantes de la industria de las telecomunicaciones en Latinoamérica es el de la Cámara Argentina de Internet –CABASE, pionera entre los ISPs de la región con su hub de contenidos.

Para nuestro especial Cono Sur de **Prensario**, hablamos con **Ariel Graizer**, que en los 30 años de la cámara fue su primer socio no fundador y es presidente desde hace 9 años, habiéndole tocado liderar el gran crecimiento de la cámara todo este último tiempo en la era de la convergencia.

Igualmente, expresó primero su preocupación por la situación actual argentina tras el decreto **Decreto de Necesidad y Urgencia 690** (DNU 690) que congeló las tarifas: ‘Hubo un 45% de crecimiento del tráfico al principio de la cuarentena que luego bajó pero quedó cerca de un 37% por encima del año pasado. Para responder a eso hubo que comprar equipos, más capacidad y más ancho de banda, y todo se paga en dólares. Sólo en el valor oficial la divisa creció un 30%, por lo que el hecho que nos congelen en pesos es un gran problema. Además, muchas PYMES habíamos quedado con los precios de noviembre pasado.

Ahora es el **ENACOM** el que tiene que reglamentar ese DNU 690 sobre estos servicios esenciales públicos en competencia. Ya hemos tenido un par de reuniones y les

hemos propuesto algunos puntos, pero la situación está difícil’.

Gran cobertura en 1700 localidades

‘Nuestra Cámara tiene más de 600 miembros, pero algunos incluyen federaciones de 200 miembros, por lo cual atendemos en conjunto a más de 1.700 localidades. Incluimos a las empresas más grandes del sector, como son **Claro** o **Telecom**, y algunas otras como **Sílica Networks** o **Telecentro**, pero el resto el resto son cooperativas y PYMES, así que algunos socios a veces son proveedores y en otros casos competencia, pero siempre tratamos de tener acuerdos y de trabajar juntos por el crecimiento de la internet en la Argentina, que es nuestro objetivo principal.

Dentro de eso tenemos varios verticales de trabajo a cargo de diferentes comisiones como las de **Carriers, ISPs, Contenidos, Telefonía, Internet satelital** y **Políticas Públicas**, entre otras.

Hay grupos que compran en conjunto según las localidades, pero lo que establecimos como cámara fue **La Red Nacional de IXPs**, que son los puntos de Intercambio de tráfico que permiten un uso más eficiente de los recursos de la red.

Al mismo tiempo hay una estrategia fuerte desde 2011 de federalización de la internet con lo cual nosotros generamos el 90% del tráfico nacional. Las redes están en crecimiento con más de 700 proyectos de fibra óptica y FTTH que ya llega a 6 millones de casas pasadas en el total del país.

Hub de Contenidos, a la vanguardia en la región

Mientras la mayoría de las cámaras de ISPs de Latinoamérica sólo apuestan a la internet, **CABASE** también figura a la vanguardia en la región con la comisión de **Contenidos y Televisión** que lidera **Mario Carranza** de **Davitel**, de conocida trayectoria en la TV por cable: ‘Hace un año que

iniciamos esta comisión y ya desarrollamos un Hub de contenido con una plataforma de señales lineales y seguimos sumando canales. En la televisión lineal ya tenemos la licencia de más de 100 señales para los socios que contraten sus derechos y los mejores servicios de OTT. Para eso fuimos los primeros en traer una CDN con **Google** y luego las de **Akamai, Yahoo** y **Facebook**, que son socios hoy de CABASE participando del vertical de plataformas digitales. El video ocupa el 70% del tráfico de internet y no podemos estar ajenos.

En eso como ISPs estamos a la vanguardia en la región, somos una cámara que irrumpe y avanza. Estamos abiertos a todas las nuevas propuestas de contenidos y el último gran acuerdo que hicimos fue con todas las señales de **Disney** y **ESPN**, con lo que tenemos el fútbol de La Copa Libertadores y de Europa’.

Otras comisiones importantes de CABASE son las de **Telefonía**, que lidera **Ignacio Ribeiro** de **Llamada IP** y la de proveedores satelitales a cargo de **Pablo Recalt** de **Telespazio**.

Cada comisión tiene sus prioridades y su agenda, pero en general se busca la reglamentación asimétrica y que se promueva la competencia en todas las áreas. Agrega Graizer: ‘La convergencia de redes IP es un hecho, buscamos el **Nplay** y que todos nuestros socios puedan ofrecerlo. Nos falta la parte de celulares en los socios que no son telefónicas pero el resto ya lo tenemos’.

Participación Internacional

Finalmente, la Cámara Argentina de Internet –CABASE– también tiene una representación importante en los foros internacionales que tuvieron y tienen que ver con el crecimiento de los ISPs. Eso incluyó la presidencia de **LACNIC** para toda Latinoamérica y el Caribe durante varios años, como también forman parte del **FTTH Council** y las Cámaras de ISPs y de IXPs de la región, entre otras entidades.

CÁMARA ARGENTINA DE Internet

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



ARGENTINA

Marcelo De Ambrosio: 'Las PYMES ISPs se mantuvieron o bajaron en la pandemia'

Habla el pionero de los ISPs en Argentina, México y Colombia con Velonet y CAPPI



Marcelo de Ambrosio

Marcelo De Ambrosio es pionero reconocido en la parte de internet del negocio de las telecomunicaciones. Lo hizo con su empresa **Velonet** del norte de La Pampa en Argentina desde 1996. La cual tiene una compañía hermana independiente en Colombia con varios casos de éxito, y luego con **CAPPI** como la **Cámara Argentina de Proveedores Pequeños de Internet**. Fue el primero que unió Argentina con México y Colombia, y fue uno de los mentores y socios fundadores de LAC-ISP como entidad regional que une a los proveedores de internet de toda Latinoamérica.

'Con el paso del tiempo te empezás a unir, primero con tu propia ciudad, luego tu provincia y finalmente a nivel país para solucionar el tráfico trasladando un CDN. Te das cuenta que todos tienen problemas comunes y lo mismo a nivel internacional.

En México empecé en 2001 trabajando con **Veas** con **Cablecom**, **Cablemás** y el

grupo **Hevi**. También empecé a ir a Brasil, ya que pensé que tenían solucionado el tema de los postes, pero no era tan así y el que finalmente lo resolvió fue Colombia. Yo contribuí a ese cambio con las charlas que tuvimos en **Andina Link** hace dos años, donde el gobierno nos escuchó y los postes pasaron de costar de un dólar cada uno a 16 centavos, cuando en Argentina hay provincias y pueblos pequeños que pagan usd 1.40 aún hoy'.

LAC-ISP

'Ese año también lanzamos **LAC-ISP**— con el brasileño **Basilio Pérez** de presidente— para toda Latinoamérica, al ver que teníamos los mismos problemas, buscamos compartir experiencias y tener una visión y armar una red común con todo conectado. Hay nuevos planes con charlas de financiamiento, que es cada vez más importante ver como se consigue desde las empresas chicas. En eso nosotros tenemos el caso de éxito de Colombia con proyectos de cross funding (se destaca en nota aparte en www.expoPrensario.com)'.

El tema del video

'La gran apuesta es siempre meter más fibra y la mayoría de nuestros socios en todos los países sólo damos internet. En Colombia buscamos armar un paquete de video con la televisión gratuita y otros 40 canales sin costo. Preferimos poder dar 100 megas que invertir en contenido y hoy con

los OTTS como **Netflix**, **PlutoTv** y **Disney+** tenemos nuevas posibilidades. Hay una vieja frase que a más velocidad de internet menos televisión; no nos cerramos a propuestas pero hasta ahora nos ha pasado que cuando damos un paso adelante para dar video después damos dos para atrás. Esperemos que con la OTT sea diferente'.

CAPPI con sus PYMES Argentinas

Respecto a **CAPPI** en Argentina tras 7 meses de cuarentena, expresó su preocupación por el DNU del gobierno con todos los costos en dólares: 'Nuestros costos suben en dólares y tenemos las tarifas congeladas. Es cierto que algunos socios crecieron en la cuarentena por el mayor consumo, pero lo que siempre digo es que el negocio no fue mejor pues la rentabilidad fue peor. Si hubo ganadores en la pandemia fueron los teléfonos móviles que cobran por consumo, nosotros con tarifa plana por velocidad nos pasó que la gente consumió mucho más pagando los mismos planes, pues la mayoría no subió sus megas. Sólo alguna vez en Venezuela con **Intercable** cobramos por volumen de consumo, pero eso también tiene sus contras.

Por eso es importante decir que las pymes de **CAPPI** que damos internet fijo perdimos o nos mantuvimos estos meses con mucha más morosidad. **CAPPI** tiene 450 socios, todas pymes con cerca de 2000 pueblos conectados', remarcó.



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

Prensario
Internacional

Televisión • Broadcast
OTT • Contenidos • AdSales
Telecomunicaciones

www.prensario.net

ARGENTINA

Colsecor suma canales locales a la App de su OTT Sensa

Desde Colsecor, la asociación de cooperativas y Pymes de Argentina que ofrece servicios de televisión y telecomunicaciones por suscripción, siguen trabajando para que las cooperativas puedan subir su canal a la plataforma móvil Sensa, la cual sigue presentando novedades. Además de estar disponible en Chromecast desde finales de junio, agregaron también la posibilidad de ver la señal local de cada cooperativa en la App. Por el momento, son 4 las cooperativas que han agregado a Sensa su canal. “Esto requiere de una coordinación tanto de parte de Colsecor como de las cooperativas. Las que han sumado su canal local, han tenido que hacer un esfuerzo para poder generar la señal en el formato que se necesita”, explicó el ingeniero Albano Cofré, uno de los responsables técnicos de la plataforma. Por el momento, las cooperativas cordobesas de Morteros, Justiniano Posse, Sudecor

(Bell Ville) y Villa Gobernador Gálvez, de Santa Fe, son las que han programado sus señales. Todas pueden verse en diversos dispositivos (Chromecast, player web, set top box), al igual que el resto de las señales de la plataforma de contenidos móvil. En cuanto a la posibilidad de ver los contenidos de otros medios locales, Albano dijo “a futuro se verá la posibilidad de que las cooperativas puedan compartir entre ellas sus canales locales en Sensa, pero eso dependerá de la parte técnica y de nuevos acuerdos”. A diferencia de otros contenidos de la plataforma, el canal local solo puede verse en vivo. Actualmente, Sensa permite a los usuarios ver más de 80 canales de televisión en vivo y alrededor de tres mil contenidos On Demand, con estrenos mensuales. Además, recientemente junto a las cooperativas Catel y Fedecoba presentaron un plan al



José Néstor Lino, Presidente

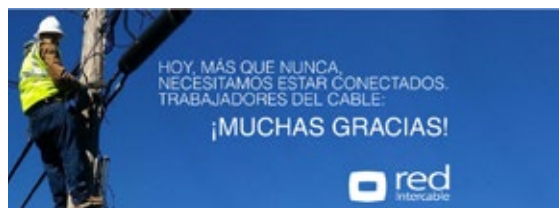
Gobierno para brindar internet a 358 barrios populares en toda Argentina. En conjunto, las tres entidades que representan a más 400 cooperativas en el país, llevarán los servicios de telecomunicaciones que prestan en sus comunidades hacia los barrios populares que hoy no cuentan con conectividad. Desde Colsecor, su presidente José Néstor Lino resaltó: ‘Este tiempo presente es una excepcionalidad que requiere esfuerzos propios extraordinarios en confraternidad para una mayor igualdad y equidad comunitaria. Trabajamos desde la integración, para que la conectividad sea social, inclusiva, democrática y federal’.

Red Intercable agradece a los trabajadores de cable

Por su labor en la pandemia

Red Intercable, la organización integrada por cableoperadores independientes de Televisión por Cable de la República Argentina, que hace de la sinergia de empresas su valor máspreciado. Agradece a los trabajadores de cable por su labor en la pandemia. ‘Mientras muchos argentinos nos quedamos en casa, los trabajadores de cable siguen trabajando. Permitiendo que podamos estar conectados con nuestros seres queridos, poder trabajar, estudiar y mantenernos informados’, declaró la organización. Actualmente, Red Intercable actúa como mandataria de más de 230 pymes con presencia en más de 580 localidades de 21

provincias argentinas, alcanzando un universo potencial de más de 610.000 hogares. La formación de Red Intercable ha permitido generar un amplio espectro de oportunidades para los cableoperadores que integran la compañía, quienes en su mayoría son pequeñas y medianas empresas, generadoras de puestos de trabajo en las localidades donde prestan servicio. Esta estrategia ha permitido acompañar el desarrollo de la industria abriendo el camino para incursionar en nuevos servicios, conservando la autonomía de gestión de cada empresa. Desde sus orígenes Red Intercable ha dado continuidad a la prestación de servicios entre los cuales se destacan: Televisión Digital para Pymes, Pack de Programación, Plataforma de Contenidos Complementarios, Revista Mensual de Abonados, Habilitación-Deshabilitación Remota Centralizada de Codificación



Dirección, Asesoramiento Impositivo y Legal y Señal de Audio con Contenidos Exclusivos, entre otros.

Gestión de contenidos

Red Intercable lleva a cabo una estrategia de gestión comercial para la adquisición de contenidos que posibilita a los cableoperadores que la integran, brindar un servicio de 60 a 90 señales básicas.

Dicha gestión mejora la oferta de programación, lo cual responde a las expectativas del usuario y fortalece el posicionamiento de los cableoperadores locales frente a la competencia. Asimismo, da como resultado mejores acuerdos con los proveedores y beneficios a las empresas representadas, como consecuencia de la previsibilidad de los costos de programación.



INSIGHTTV



100% ORIGINAL Y EXCLUSIVO 100% MILLENNIAL Y GEN Z

4K - 5 CANALES DIGITALES -SVOD



Millicom: 'Priorizamos la seguridad y retención de nuestros empleados y clientes'



Mauricio Ramos, CEO de Millicom

Millicom registró un beneficio neto negativo de 51 millones de dólares en el tercer trimestre del año, en el que todavía muestra el impacto del contexto en sus negocios, acciones y proyecciones de corto plazo. La cifra es 61,3 por ciento mejor que la pérdida de 131 millones de dólares informadas un año atrás. Su beneficio operativo, en tanto, se redujo 45,2 por ciento hasta 97 millones de dólares. En Latinoamérica generó ingresos por 1.445

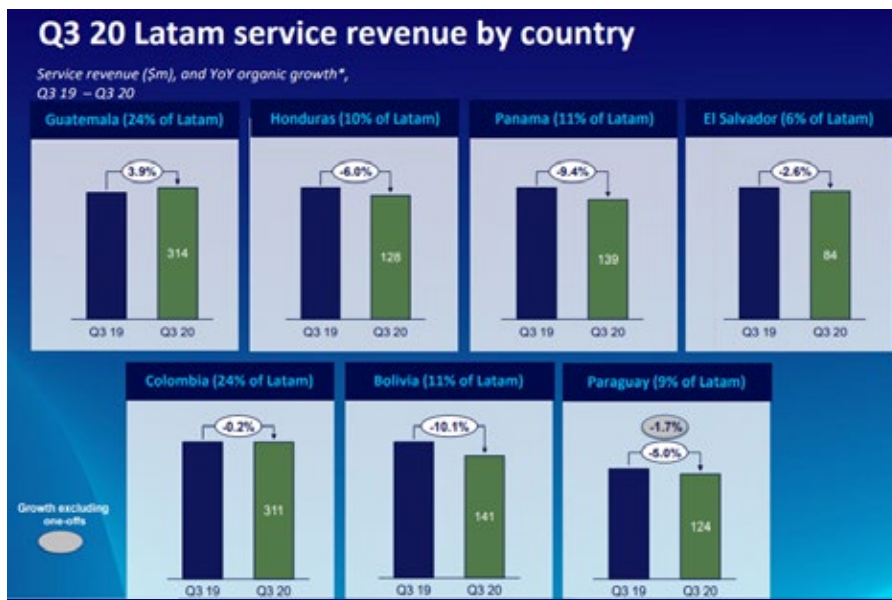
millones de dólares, 3,7 por ciento menos en la comparación interanual como consecuencia de una caída de 4,7 por ciento en el ítem servicios. El Ebitda cayó 6,1 por ciento hasta 581 millones de dólares, con un margen de 40,2 por ciento —un punto porcentual menos en la comparación—. El Capex local cayó 11,2 por ciento trimestre contra trimestre y alcanzó 220 millones de dólares. La facturación se dividió de la siguiente manera: 380 millones de dólares de El Salvador, 332 millones de dólares de Colombia, 144 millones de dólares de Panamá, 143 millones de dólares de Bolivia, 137 millones de dólares de Honduras, 132 millones de dólares de Paraguay y 96 millones de dólares de El Salvador, entre otros mercados. En el período enero – septiembre, las ventas en la región totalizaron 4.309 millones de dólares, 1,7 por ciento

menos que igual período anterior. La compañía cerró el trimestre con 39,4 millones de usuarios móviles en la región, 2,3 por ciento más que hace un año consecuencia de un alza interanual en todos los mercados, excepto Honduras (-3,9 por ciento). La mayor parte de los usuarios celulares de la empresa se encuentran en El Salvador (10,9 millones), Colombia (9,1 millones) y Honduras (4,3 millones). El

41 por ciento del total registrado es 4G. En el plano fijo, en tanto, la compañía cerró el trimestre con 12,1 millones de hogares pasados tras un crecimiento de cuatro por ciento año contra año. De ellos, 11,7 millones corresponden a HFC. El ARPU del hogar se ubicó en 27,7 dólares, 5,1 por ciento menos. La empresa tiene 3,6 millones de suscriptores a servicios de este tipo que totalizan 7,3 millones de unidades generadoras de ingresos. **Mauricio Ramos**, CEO de Millicom, comentó: 'Durante el tercer trimestre, continuamos siguiendo los lineamientos de gestión de crisis que implementamos en marzo, que priorizan la seguridad y retención de empleados y clientes, mantienen a nuestras comunidades conectadas y protegen nuestro flujo de caja, mientras invertimos en respaldar iniciativas estratégicas a largo plazo, tales como optimización de red, transformación digital y expansión de nuestra oferta de servicios financieros móviles. La recuperación evidenciada en junio continuó durante el tercer trimestre. Las medidas de cuarentena fueron flexibilizadas en la mayoría de nuestros mercados, impulsando niveles récord de nuevos clientes residenciales y móvil prepago, lo que ocasionó un incremento de los ingresos en comparación al segundo trimestre. Estos indicadores son alentadores; estamos seguros de que podremos alcanzar nuestro objetivo replanteado para 2020 de generar alrededor de 1.4 mil millones de FCO, y hemos reducido nuestra deuda neta en aproximadamente 240 millones de dólares desde finales de marzo. Nuestro desempeño operativo y financiero aún se mantiene por debajo de los niveles previos al COVID, especialmente en postpago móvil y B2B. Los países donde operamos continúan enfrentando desafíos de salud y macroeconómicos sin precedentes. Como resultado, continuamos siendo prudentes en nuestro enfoque para la planificación del próximo año. Dicho esto, seguimos optimistas sobre el potencial de crecimiento a largo plazo de nuestros mercados y continuamos invirtiendo para aprovechar esta oportunidad'.

RT

SEPA MÁS



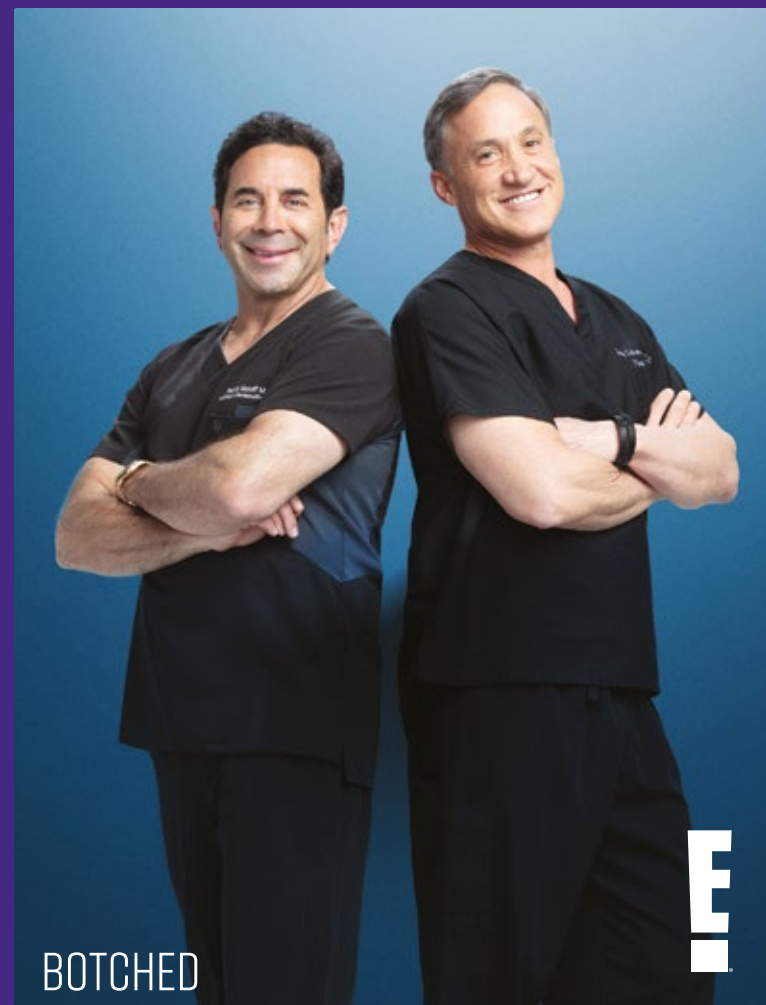
SU ALTERNATIVA EN EL MUNDO DE LA INFORMACIÓN

- CONTENIDO ORIGINAL EN ESPAÑOL
- 16 NOTICIEROS EN 'PRIME TIME' EN AMÉRICA LATINA, EE. UU. Y ESPAÑA
- 24 HORAS AL DÍA Y 7 DÍAS A LA SEMANA
- DOCUMENTALES Y PROGRAMAS DE ANÁLISIS
- SEÑAL LIBRE Y GRATUITA

actualidad.rt.com

Distribución:
Maya Erkova mberkova@rttv.ru

Cooperación y contenido:
Karina Melikyán kgmelikyan@rttv.ru



EN OCTUBRE, GRANDES ESTRENOS

NBCUniversal
INTERNATIONAL
NETWORKS



STUDIO
UNIVERSAL



SYFY





Claro Chile afianza su ecosistema de OTTs

Es reconocido por la velocidad de su red móvil



Alfonso Emperanza, director de Claro Chile

Para este especial de **PRENSARIO**, dialogamos con **Alfonso Emperanza**, director de Claro Chile, sobre la actualidad de la empresa. 'En Claro sabíamos que mantener a las personas conectadas sería clave para el país durante la crisis sanitaria. Por eso, lo que más destacamos es el compromiso y la entrega que han tenido todos los colaboradores de nuestra compañía, para hacer posible que la red respondiera óptimamente y que, sin importar donde estuvieran, nuestros clientes pudieran trabajar, estudiar y mantener sus empresas operativas, a pesar del confinamiento'. Respecto al servicio, el ejecutivo dijo: 'Es una práctica en Claro, modelar el comportamiento de la demanda de redes fijas y móviles, de acuerdo a la historia de conexiones y contextos. Gracias a esta estrategia, nuestra red estaba preparada para soportar un aumento del uso de internet como el que hemos experimentado durante este año. Sobre la atención al cliente, nuestra prioridad siempre ha sido cuidar a las personas: clientes, colaboradores y sus familias'.

Desafíos y logros durante el confinamiento

'Sin duda, los mayores logros han sido

mantener un alto nivel de estabilidad y calidad de nuestras redes, lo que ha permitido a nuestros clientes estar comunicados en todo este tiempo de pandemia. Asimismo, también valoramos haber sido reconocidos nuevamente por tener la red móvil más rápida del país, de acuerdo a **Speedtest** de Ookla, resultado que hemos alcanzado en forma consecutiva desde el segundo semestre de 2017.

Sobre los desafíos, valoro la capacidad de los colaboradores de nuestra Compañía para adaptarse a este nuevo contexto y reaccionar rápidamente para focalizarnos en nuestros canales digitales, como nuestra aplicación móvil y la Sucursal Virtual de la página web, canales a través de los que nuestros clientes pueden realizar, prácticamente, todas las operaciones en forma simple y rápida y 100% digital'.

Tendencias en el consumo del servicio

'Este 2020 hemos visto ciertos hitos y una tendencia en torno al consumo de datos móviles asociadas a fechas como el inicio y cierre de cuarentenas. Respecto a la evolución en el segmento hogar, el tráfico de nuestros clientes concentró su aumento entre mediados de julio y mediados de septiembre, con una variación promedio de +40% respecto a un día normal previo a la pandemia. A partir de la semana posterior del 18 de septiembre hemos observado una leve disminución de tráfico -entre 3% y 5%-, que podría vincularse al avance de las medidas de desconfinamiento en las distintas localidades del país. Por su parte, el mundo móvil ha tenido un comportamiento más estable. Al inicio de la pandemia tuvo una variación cercana al +10%. Uno de los hitos de tráfico fue el 22 de marzo, cuando empezó a regir el toque de queda (aumento del 20%). Después, ha mantenido un crecimiento mensual esperado, con una variación cercana al +20% en lo que va del año, cifra muy similar

a lo que se experimentó durante 2019. Por el lado de Claro video, hemos visto un aumento en el consumo de contenidos digitales como videojuegos y video en streaming, que alcanzaron su peak sobre todo cuando coincidían con estrenos de nuevas temporadas de series y lanzamientos de videojuegos. Asimismo, hemos observado crecimientos de consumo considerables en los últimos días con las transmisiones de los partidos de la Selección Chilena de Fútbol, puesto que Claro video es el único canal digital oficial con los derechos para transmitir los partidos'.

Posicionamiento de las OTTs

'Durante los últimos años hemos implementando diversas estrategias para la creación de nuevas plataformas que puedan ser útiles para nuestros clientes.

Por ejemplo, hoy contamos con **Claro video**, plataforma de streaming de películas, series y documentales, y también **Claro música**, donde se encuentran destacados artistas de diversos géneros, playlist y también selección de música nacional e internacional. Además contamos con alianzas que responden al crecimiento específico de este segmento. Por ejemplo, a través de **Claro gamer**, nuestros clientes prepago y pospago acceden a una plataforma con más de 800 videojuegos totalmente gratuitos. De cara al futuro, seguimos observando nuevas tendencias para poder responder a los diversos intereses y necesidades de los usuarios'.

Alianza con Mórvido TV

'En el segmento de televisión, destacamos la alianza que hicimos con **Mórvido TV**, el único canal destinado 100% a contenidos relacionados al mundo del terror, fantasía, sucesos paranormales, vampiros, entre otros. Hoy, nuestros clientes pueden disfrutar de una diversa parrilla de contenidos 24/7 en este canal de televisión', finalizó.



**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



TV Cables de Chile cumple 15 años

Realizó acuerdos con Frida y Viacom



Florencia Rainoni, Gerente General de Tv Cables de Chile

Florencia Rainoni, Gerente General de **Tv Cables de Chile**, habló sobre la actualidad de la empresa, que está 15 años en la industria.

'Tv Cables de Chile cumple 15 años desde su formación inicial, con sus primeros socios siendo su finalidad el desarrollo armónico y sostenido de los servicios de telecomunicaciones de los asociados, facilitando acuerdos duraderos con los distintos programadores de televisión de pago y contenido, además de coordinar y desarrollar acciones de interés común para las distintas empresas integrantes, manteniendo la autonomía de gestión de cada una de ellas.

Actualmente contamos con más de 50 pequeñas y medianas empresas del ámbito de telecomunicaciones, quienes otorgan servicios de televisión de pago e internet en diversas localidades y regiones del país, con un alcance a más de 90 ciudades, las mismas se encuentran distribuidas desde la I a la XI Región, con mayor concentración en el Centro/ Sur del país y con marcada presencia en comunas de difícil conectividad con el objetivo de disminuir las brechas digitales ofreciendo servicios a valores accesibles, que además representan

una alternativa diferente a las grandes compañías de telecomunicaciones, para que accedan a una opción de servicio más personalizada y cercana a su necesidad.

Aumento en la demanda de internet

'Actualmente todas nuestras operaciones entregan servicios de televisión e internet a sus clientes, habiendo aumentado notoriamente el consumo de este último servicio, por lo que los diferentes operadores han debido aumentar sus capacidades de internet. En este sentido, el actual rol de los diferentes cableoperadores se ha visto imbuido con la necesidad de otorgar mejores servicios de conectividad, manteniendo la experiencia de usuario sin interrupciones ni fluctuaciones, llegando a niveles extremos de consumo por parte de los diferentes suscriptores, dado que hoy gran parte de la educación, actividad laboral y entretenimiento se realiza por medio del servicio de internet.

De esta forma, el gran dilema de los operadores ha desembocado en la necesidad de conectividad a enlaces dedicados de internet de banda ancha, que sean robustos y seguros; lo cual es un tema complicado en muchas zonas de Chile y sobre todo en ciudades o comunas alejadas de los grandes centros urbanos, dado que las carreteras de fibra óptica que operan en el país aún son escasas o insuficientes'.

Inversión en nuevas tecnologías

'Debido a la evolución de acceso a los contenidos, los cableoperadores han tenido que invertir fuertemente en diversos procesos de modernización y adquisición de nuevas tecnologías, como también de servicios dedicados de internet, fibras ópticas y otras. El modelo de negocios que anteriormente funcionó por tantos años, hoy en día está en tela de juicio, siendo esencial para los operadores adaptarse a los nuevos requerimientos del mercado y de

los usuarios finales, utilizando multiplataformas y contenidos ágiles y disponibles en el momento que el suscriptor lo requiere.

Esta adaptación y modernización se ha visto notoriamente acelerada con la pandemia, por lo que nuestros asociados se han encontrado en la necesidad de evolucionar y proyectarse en nuevos contenidos, tecnologías y productos. Generando nuevas proyecciones tales como contenidos locales, canales locales y posiblemente canales de producción y distribución común, con contenidos diferenciados y localistas'.

Nuevos acuerdos de programación

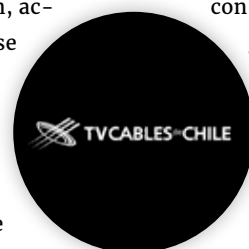
'Actualmente, hemos renovado acuerdos de programación con los distintos operadores, y este año hemos celebrado acuerdo con el **Grupo Frida**, como así también la incorporación del grupo **Viacom**. Contamos con un amplio contenido de programación que podrá visualizar en nuestra página web: www.tvcablesdechile.cl'.

Preocupación por la piratería en las transmisiones

Sobre el tema regulatorio, la ejecutiva dijo: 'Nos preocupa la piratería o transmisiones ilegales de contenidos, sin el menor pago de licencias o impuestos, en todas sus formas, sobre todo las que involucran distribución por medio de internet. Dicha actividad ilegal y contraria a la libre competencia, nos dificulta enormemente para mantener nuestras operaciones.

Esta situación es altamente preocupante, ya que existen múltiples plataformas ilegales las que hasta hoy dañan principalmente a los medianos y pequeños operadores; los cuales se sienten totalmente desprotegidos.

En dicho sentido existen pocos programadores que realizan acciones para evitar estos abusos e ilegalidades y las instituciones públicas chilenas, tales como **SUBTEL** y **SERNAC**, solo velan por los intereses del consumidor final'.



PARA TI QUE NO TE DESCONECTAS DE BRASIL.



BORA SP

Joel Datena y Maiara Bastianello se conectarán con usted, brindándole las noticias sobre el clima, el tráfico y lo más importante que sucede en la capital más grande de América del Sur.

Edu Guedes, uno de los principales chefs y presentadores de programas de gastronomía de la televisión brasileña, está ahora en la pantalla de Band, trayendo toda su simpatía, recetas riquísimas y un escenario sorprendente. **The Chef**. Un programa para quienes les gusta cocinar y disfrutar.

the chef
com Edu Guedes



JOGO ABERTO

Las principales noticias y un debate diario con buen humor reúne a periodistas y deportistas para comentar sobre lo más importante sobre el fútbol en Brasil y en el mundo.

Com toda la credibilidad y el mejor equipo de periodistas y comentaristas, el **jornal da Band** lleva a los brasileños por todas partes en el mundo los hechos más importantes de Brasil y las principales noticias del planeta.

JORNAL DA BAND



Dirección General: Silvia Jafet • sj@band.com.br
Contacto: Marcelo Assumpção • marcelo@interactvbrasil.com

Argentina, Uruguay, Paraguay y Chile
Sabrina Capurro • +54 11 4774-5127
sabrina.capurro@sgdgggroup.com

BAND
INTERNACIONAL

BAND.COM.BR/INTERNACIONAL
facebook.com/bandinternacional



Telefónica apuesta todo con Movistar Total

La primera oferta 4Play del mercado



Gonzalo Arrisueño, gerente de contenidos para Hispanoamérica de Telefónica

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 ca-

nales 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.

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 "eigualizar" 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'.



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



Daniel Segovia, Presidente de APTC



Emilio Rossi, director ejecutivo de APTC

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

finés 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.

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 situación 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'.



COVID-19 Battle on the Cruise Ship





Best Cable se solidarizó con sus abonados

Creció con HFC, fibra óptica y FTTH

En esta edición especial de Expo Prensario 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 Perú) 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 Docsis 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 cuales se solidarizan con nosotros' agregó.

'Fuimos la primera empresa peruana que



Demóstenes Terrones

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 periodos 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.



ES NE TELEVISIÓN CATÓLICA

OFRECE PROGRAMACIÓN PARA TODA LA FAMILIA

FAMILIA

DOCUMENTALES

INFANTIL

JUVENIL

MUSICALES

NOTICIAS

▶ En vivo Viajes Apostólicos del Papa Francisco y eventos especiales del Vaticano
 ▶ En vivo el Santo Rosario desde la Basílica de Guadalupe
 ▶ En vivo Eventos Metanoías para Mujeres, Jóvenes y Familia

Contacto: **Ana Barajas**
 +1 (818) 743-3190
 +1 (773) 777-7773
 abarajas@elsembrador.org

Disponible en:
 Latino América
Estados Unidos

Totalplay Claro tv iZZI MEGACABLE DIRECTV dish LATINO

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

Best Cable TV
CANAL 3

Best Cable music
CANAL 97

best cable SPORTS
CANAL 6

+Cumbia TV
CANAL 98

HAYON TV
CANAL 99

BestCablePeruOficial

www.bestcableperu.com.pe

BestCablePeruOficial

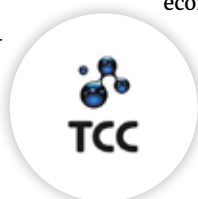
URUGUAY

TCC: Nuevos lanzamientos con salto de calidad y vanguardia para el mercado



David Silva

Javier Ruete, CEO de TCC, comentó cuáles fueron las prioridades de trabajo este año en la señal 'Obviamente que las cosas supusieron un cambio radical a partir de la aparición del COVID. Al impacto inicial que a todos nos costó asimilar, se sumó la realidad de mucha gente a la que se



le paralizaron sus actividades y por ende sus ingresos. A partir de ello la tarea fue mantenernos atentos a la situación de nuestros clientes que en sus hogares demandaron más entretenimiento'. Entre las opciones para sus clientes, agregó 'Bajo la denominación TCC Cerca abrimos pack para que tuvieran más opciones y atendimos especialmente el factor económico. Dentro de esa línea de acción tuvimos especial atención de los clientes mayores de 65 años que por su vulnerabilidad ante este fenómeno debieron permanecer dentro de sus hogares por varios meses'. Ante la pregunta de cómo se arreglaron para dar un buen servicio ante la creciente demanda, contestó 'Confiado

en un equipo de trabajo que se adaptó al momento, asimilo con rapidez la nueva realidad y estuvo atenta a las necesidades de nuestros clientes'. En cuanto a los últimos lanzamientos al público y sus expectativas para lo que viene 'TCC tiene en su ADN la búsqueda de soluciones para sus clientes. En ese camino lanzamos recientemente *Tienda Hogar*, nuestra plataforma E-Commerce que suma cientos de artículos de tecnología y confort con promociones especiales todas las semanas. Además estaremos cumpliendo 25 años a fines de noviembre y como gran novedad estaremos lanzando nuestro *Deco Android TV*, un salto de calidad por sus funcionalidades como centro de entretenimiento y por ser vanguardista para el mercado' cerró.

Montecable: Prioridades enfocadas en aspectos tecnológicos para los clientes

Mientras mejora la velocidad de su red

Fabiana Orlotti, CEO de Montecable Uruguay, habló a *Prensario* en la adaptación en los últimos meses y presente de la empresa '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. Para cerrar, habló de la búsqueda del equipo



Fabiana Orlotti, CEO de Montecable Uruguay

de Montecable en futuros eventos '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.'



Únete a Clan. El mejor canal infantil disponible en toda América

AUDIOVISUAL FROM SPAIN

URUGUAY

Nuevo Siglo: 'Mantuvimos el 100% a nuestro equipo'

'Crecimiento de NS NOW'

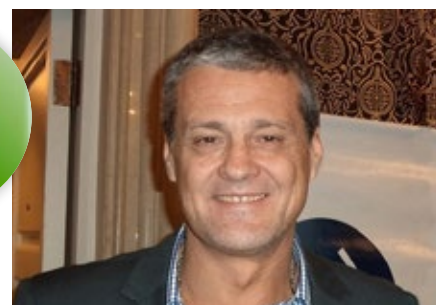
Eduardo Mandia, director Comercial y de Programación en Nuevo Siglo Cable Tv, dialogó en exclusiva con Prensario.

'En primer lugar, lo más importante es que mantuvimos el 100% del equipo de Nuevo Siglo. Para esto tuvimos que tomar decisiones complejas en los primeros momentos de alta incertidumbre. Nuestro primer objetivo fue preservar el trabajo de todos nuestros colaboradores en la medida de lo posible, y no tomar decisiones apresuradas. La segunda, en consonancia con la primera, fue invertir rápidamente en equipos y conectividad para enviar a la mayoría de nuestro equipo a trabajar desde su casa. Este plan fue llevado a cabo rápidamente. Hoy podemos decir con orgullo, que el plan fue llevado con éxito y sin ningún contratiempo a nivel del servicio y la atención que recibieron nuestros clientes en lo más duro de la pandemia'.

Aumento en la demanda

'Sin duda la pandemia tuvo un efecto positivo en cuanto al aumento de las visualizaciones en general, tanto en nuestro servicio

tradicional como en nuestra plataforma OTT. Los crecimientos más destacados sin duda fueron dentro de nuestro servicio OTT, NS NOW. * En números concretos, en contenidos ON Demand el aumento fue de más del 85% y en streaming más del 95%. Este crecimiento fue impulsado fuertemente por un aumento de penetración de las APPS de más del 100%. Otro elemento a destacar es que tanto los consumos como los usuarios siguen creciendo sin pausa. En cuanto a lo estrictamente comercial, fue un periodo muy duro, fundamentalmente entre abril y julio, con cierre de hoteles y comercios y con aumento en la morosidad con la consecuente pérdida de clientes. Hay que tener en cuenta además, que la industria ya está sufriendo y si bien la pandemia fue positiva en términos de consumo y utilización del servicio, fue muy negativa en términos de pérdida de clientes que sufren las consecuencias de la recesión económica y la pérdida de empleos. A partir de julio venimos notando un leve repunte en las ventas que esperamos se mantenga'.



Eduardo Mandia, director Comercial y de Programación en Nuevo Siglo Cable Tv

Crecimiento de NS NOW

'Una las principales novedades han ido de la mano del crecimiento de NS NOW. Hemos lanzado este año el servicio de Start Over y Catch Up en todos nuestros dispositivos, móviles y STB. Este servicio era demandado por nuestros clientes y hemos tenido un impacto muy positivo con el lanzamiento. Por otro lado hemos lanzado una nueva aplicación para Android TV y nuevas versiones de Android e IOS. A nivel de programación hemos ampliado nuestro servicio por streaming pasando de 64 a 85 señales en lo que va del año. En cuanto a contenidos para OTT, hemos incorporado nuevos estudios y ampliado nuestros acuerdos con varios de nuestros proveedores de programación, por ejemplo AMC, Eurochannel y A3, cine y series'.

REGIONAL

TuVes presenta Divo Tv Digital

TuVes, la empresa de televisión satelital que se dedica a la venta mayorista de DTH marca blanca presenta Divo Tv Digital. Para complementar la oferta de internet con televisión. Divo Tv Digital es un servicio que permite incorporar canales de televisión en la red de fibra óptica de un operador de internet, llegando

hasta el domicilio de un cliente con TV digital, a través de la instalación de un decodificador HD, que no ocupa ancho de banda de la Internet y es TV 100% digital. La red de Fibra Óptica Internet y TV Digital van por distinta banda. Está dirigido a empresas proveedoras de Internet, interesadas en ampliar su oferta de servicios,



incorporando la TV y llegando a los hogares con una propuesta duo play, sin ningún tipo de delay. Su modelo comercial está dirigido a ISP que hoy no tienen servicio de TV en su red y Cableoperadores que deseen migrar de TV analógica a Digital. TuVes se especializa en brindar la mejor distribución y suministro de señales SD y HD para toda la región de Hispanoamérica. El servicio se enfoca en brindar

las mejores soluciones a las necesidades de cada uno de sus clientes. Son el alto compromiso por la excelencia y la flexibilidad ante cada uno de los casos que hacen ser una de las mejores opciones dentro de la región. Así mismo, TuVes busca generar alianzas con empresas de telecomunicaciones y cable operadores que deseen utilizar tecnología de punta en sus operaciones. Con esto, quienes opten por TuVes podrán adquirir su propio servicio de DTH, colocar su propia marca y diseñar la parrilla según como se estime conveniente.



Proceso divo flujo

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

Ve

PLUS

Date el Gusto



cotufas

palomitas

pochoclo

rositas de maíz

pipocas

pop

millo

pururú

crispetas

canchita

cabritas

gallitos

popcorn

pororó

poporopo

canguil

@VePlus_

@VePlus_

VePlus_

@VePlusTV

CISNEROS MEDIA

PARAGUAY

Red Multicable: Nueva plataforma OTT para sus clientes

Gabriel Carballo, director de Red Multicable, cuenta cuales fueron sus prioridades de trabajo este año en el mercado de TV en Paraguay. 'Nuestra principal preocupación fue conseguir que los clientes pudieran sobrellevar la situación producida por la pandemia. Para ello tuvimos que intermediar fuertemente con los Programadores trasladándoles lo que estaba sucediendo en Paraguay y a partir de esa concientización buscar algún beneficio para ellos. Fue muy difícil y desgastante ya que el perjuicio también afectaba a los programadores y esto complicó cualquier pretensión de obtener los descuentos solicitados. Sobre los logros y mayores desafíos durante este tiempo dijo 'El mayor logro ha sido conservar la clientela. Esto significó una pérdida económica muy importante para nosotros, pero asumimos que este año iba a ser malo para todos y no podíamos escapar a esa situación. Apostamos a que conservando la clientela podríamos seguir contando con ellos para nuevos proyectos. El desafío ahora será acompañar a nuestros clientes en la nueva conversión que se está viviendo en materia de plataformas

OTT. Otro desafío importante será luchar contra los sistemas IPTV clandestinos que los hay y muchos'.

Acuerdo para plataforma OTT

De cara a lo que se viene, Carballo comentó 'Recientemente un cliente nos ha propuesto que le coticemos una solución llave en mano de una plataforma OTT. Eso nos ha empujado a tomar la decisión de buscar esa solución tecnológica. Tuvimos conversaciones con proveedores de esta tecnología y todo indica que cerraremos un acuerdo en breve. Nuestra idea es aprovechar la relación comercial y la confianza conseguida a través de los años los programadores para crear un servicio OTT legal que pueda ser ofrecido a nuestros clientes y así combatir los sistemas ilegales. Hoy por hoy los principales programadores solo permiten servicios OTT exclusivamente para los clientes propios, pero creemos que en breve se liberará la posibilidad de ofrecer servicios Stand Alone'.

Piratería en Paraguay

A la pregunta sobre que tanto afec-

ta la piratería en el país contestó 'Desde siempre la Piratería ha sido el gran flagelo de esta industria. Han proliferado fuertemente las Cajitas IP con tecnología Android TV que se ofrecen en cualquier casa de electrónica por menos de 30 dólares y en las que se pueden ver más de 200 canales incluidos los nacionales y el fútbol local. Pero todavía peor que eso son las "empresas" que visitan a nuestros clientes haciéndoles creer que son legales y les ofrecen las cajitas por un abono mensual muy inferior al que deberían pagar por esos contenidos'. En cuanto a su plan para combatirla cerró 'Se está trabajando con una empresa que en con el mandato de los Programadores investigan y realizan operativos para desarmar estos delitos. En breve habrá noticias sobre este tema en Paraguay. Lamentablemente aquellos operadores que hayan aceptado estas cajas clandestinas se verán muy perjudicados y tal vez pierdan sus licencias'.



Gabriel carballo

BOLIVIA

Cotas: 'El objetivo primordial es mantener satisfechos a nuestros clientes'

En esta edición especial de *Prensario* para Cono Sur contamos con los comentarios de Rolando Barja Elias, Director de Redes HFC en Cotas RL, sobre algunos puntos de referencia en base al desarrollo y proceso establecido por todo el equipo de trabajo. En un año tan particular, destacó 'En esta situación tan particular en la cual nos tocó afrontar, lo que destaco es el compromiso de los trabajadores que tomaron esta pandemia como un reto y no un obstáculo. Nuestro Equipo Cotas ha coordinado y programado constantemente los horarios de servicios y los diferentes grupos de trabajo para llegar a buen término en cualquier inconveniente que se nos presentó. Estando con el personal tanto técnico como administrativo, predispuesto y comprometido, para lograr los objetivos que fueron establecidos al inicio del periodo y prestar el mejor servicio a nuestros usuarios'. En cuanto a los logros y

desafíos que atravesaron este año, Rolando comentó 'Nuestro mayor logro fue mantener a la cooperativa en una situación económica estable, en una crisis económica que afectó a nivel mundial y siendo el mayor desafío continuar brindando el servicio pese a las políticas gubernamentales de restricción de corte de servicios por deuda y de pago de facturas'. Ante el incremento de la demanda de Red y la morosidad en la crisis dijo: 'Debido a la cuarentena impuesta por el gobierno, en un principio tuvimos inconvenientes con el servicio de Internet, porque se nos duplicó la demanda y realizamos algunas modificaciones en la capacidad de nuestras redes, surgiendo nuevos problemas que fuimos sobrellevándolos con diversas técnicas como segmentaciones y equilibrio de cargas. La morosidad aumento demasiado con la crisis. Luego de la apertura de la cuarentena, nuestro personal de marketing trabajó en



Rolando Barja Elias

políticas de planes de pago, reducción de costos y pagos diferidos, para lograr que el usuario cancele sus facturas pendientes.' y cerró 'A nuestros usuarios presentamos estas prioridades, que ahora compartimos con ustedes, el uso de mano de obra calificada en cualquier impedimento y el desarrollo de un programa de emergencia, esto, con el objetivo de mejorar y mantener el servicio integral hacia el usuario e impulsar a corto plazo, nuevas tecnologías que estén al alcance de toda nuestra población'.

1ER CANAL DE TELEVISIÓN HISPANOAMERICANO DE BIENESTAR Y CUIDADO AMBIENTAL



SEMBRANDO UNA TELEVISIÓN CONSCIENTE EN TODA AMÉRICA

- Más de 12 millones de suscriptores.
- Contenidos HD y producciones 100% originales.
- Influencers hispanos más importantes de wellbeing.
- En 16 países alrededor de Latinoamérica y EEUU.



CONTACTO: Valentina Alvarado
valvarado@intinetwork.tv

DESARROLLAMOS CAMPAÑAS A FAVOR DE LA CONSERVACIÓN DE LA NATURALEZA Y LA SOSTENIBILIDAD.

www.intiplay.com



El Ojo de Iberoamérica anuncia a los presidentes del jurado para su edición virtual

El 25, 26 y 27 de noviembre

A pocos días del cierre de inscripciones para participar de los reconocimientos del Festival 2020, los cuales se realizarán por primera vez de manera online por el contexto actual, manteniendo todo lo que siempre convirtió al festival en uno de los más importantes con una mirada latina, y que en su XXIII Edición volverá a reconocer a las mejores ideas, a los mejores profesionales

y a las mejores empresas de Iberoamérica y de cada país de la región con el objetivo de estimular y potenciar el talento latino. El Ojo de Iberoamérica anuncia a los nuevos presidentes de jurado: Anita Ríos, Founder y CCO de Anita & Vega. Argentina, Carlos Andrés Rodríguez, CCO de MullenLowe SSP3, Colombia, José Luis Rivera y Piérola Presidente & CCO Circus Grey, Marce-



Nuevos presidentes del jurado

lo Nogueira, Director Creativo Ejecutivo (DCE) de AlmapBBDO, Keka Morelle, CCO de Wunderman Thompson Brasil, Martín Carniglia, Data & Marketing Sciences Director de R/GA Argentina, Federico Russi, CCO de Leo Burnett México, Thor Borresen, VP de Marketing ABI-Bavaria, y Belén Gayán, Fundadora y Realizadora de Agosto. Ellos se suman a los presidentes ya anunciados: Pablo Alzugaray, Presidente y CEO de Shackleton, Santiago Lucero, Head of Creative Shop South Cone, Jessica Apellaniz, CCO de Ogilvy México & Latam y Sergio Mugnaini, CCO de SunsetDDB. Los Jurados, integrados por los más destacados profesionales de toda la región analizarán, seleccionarán y elegirán de manera online en las primeras etapas de votación a los finalistas y metales entre los trabajos participantes de Iberoamérica. La inscripción de trabajos e ideas para participar de los reconocimientos de El Ojo 2020 se realiza a través del sitio donde se ingresan los datos de la empresa participante, con sus ideas, casos y trabajos de Iberoamérica como también ideas creadas y/o producidas por latinos en cualquier lugar del planeta que hayan sido emitidas entre el 1 de enero de 2019 al 2 de noviembre de 2020. Para este año Especial, El Ojo presentará los siguientes Premios y Categorías. Con el fin de reconocer el trabajo y esfuerzo que ha hecho la industria en estos tiempos de pandemia, también se reconocerá a las Mejores Ideas relacionados al Covid-19 en dos grupos: por Sector de Productos y Servicios y por Fases y Objetivos de Comunicación.

Logos: azcine, azclic, azmundo, azcorazon, FlixSnip, Fashion One, Fashion One 4K, Rai Italia, MORDOR, Mezzo LiveHD, TV, MasterChef, SGD DISTRIBUTION GROUP, Kanal D, BAND, BAND NEWS, 24h tve, tve, star HD, clan, TRACE, VIVID, PX, NTN24, Nuestra Tele, FIBA, sabrina.capurro@sgdgroup.com, sgdg_srl, +54 11 47745127

"DON'T WAIT FOR THE RIGHT OPPORTUNITY, CREATE IT!"

PROX TV

BRINDAMOS ENTRETENIMIENTO

Channels Distribution | Ad Sales | Business Development

crónica HD

CM

EL CANAL DE LA MÚSICA



Contacto: Javier Julio | javier.julio@proxtv.com.ar | +54 11 4770-9398

www.proxtv.com.ar

NexTV Series Argentina: Generando nuevas oportunidades para la industria

Tras un gran trabajo que viene realizando Dataxis con sus eventos de NexTV este año de manera virtual y el éxito de sus webinars, llegan a buen puerto buscando innovar en sus eventos, encontrando la medida justo entre conferencias, paneles, networking y auspicios bien combinados. Tras esto y su gran agenda se planteó la edición de NexTV Argentina, los pasados 4 y 5 de noviembre, integrando desde contenido de liderazgo con

sesiones One-on-One y paneles de debate hasta nuevas oportunidades de Networking, con la posibilidad de crear agenda propia y participar de las sesiones con contenido, programando reuniones, videollamadas, con la novedad del servicio de "IA matchmaking" de su plataforma, que utiliza una tecnología que genera conexiones en el mismo evento según las preferencias de cada usuario. Los stands virtuales con galerías de producto fueron un

punto fuerte para la interacción con los asistentes, obteniendo nuevas oportunidades de asociarse, profundizar relaciones, explorar nuevas estrategias y presentación para futuros clientes. Los líderes de la industria de la TV, OTTs, operadores de TV Paga y TV Abierta, canales de TV, Telcos, grupos de medios, productores de cine y TV y proveedores de tecnología se reunieron en un mismo lugar. En cuanto a la agenda, el día 1 empezó con un panel especializado con Operadores de TV Abierta yendo a OTT y Nuevas estrategias. Le siguió la integración OTT en TV Paga, con los desafíos y barreras para la integración de aplicaciones en los STB, continuado por el panel sobre cómo están funcionando las nuevas plataformas híbridas en Cable OTT en América del sur y Addressable TV Advertising en OTT y TV Paga, cerrando con la interesante discusión sobre el impacto y crecimiento junto con estrategias del consumo en línea durante la pandemia. El día 2 se enfocó en los nuevos modelos OTT en TV para las ISP y cooperativas Telcos con participación de Colsecor, Catel, Nagra, entre otros. Luego, el futuro de la programación lineal y VOD en la era de D2C con su llegada a América latina, la nueva TV Paga con Android TV. Sobre el final, cerraron los paneles para el nuevo mercado VOD de películas y series y su combate con la piratería junto con el completo panel de Operadores de TV paga.

Go Live On-Air With RoboEye

Unlike other PTZ products on the market, The Telemetrics RoboEye™ RE-2 integrated compact P/T head, lens driver and camera provides smooth and precise movement for on-air use and remote production. This high-quality, rugged and fully integrated robotic system offers:

- HD or 4K acquisition
- SDI, HDMI and streaming outputs of both H.264 and H.265
- An Exmor® 1-inch block and lens with digital image stabilization
- POE, LTE, and WiFi connectivity

And best yet, the RoboEye camera module (including the sensor and lens) can be upgraded to the latest technology as it becomes available. RoboEye is ready for anything. Does your PTZ even come close?

Telemetrics The Leader in Camera Robotics
Camera Control Systems



sales@telemetrics.com • telemetrics.com

OPTIMIZAMOS
LOS CONTENIDOS
GENERANDO
MAYORES UTILIDADES

frida
MEDIA GROUP

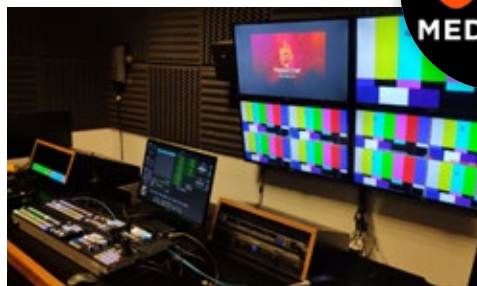


MARCELO BRESCA | DIRECTOR COMERCIAL
+54 9 11 6216-2584 | mbresca@fridamedia.com

DIEGO TORREGROSA | DIRECTOR COMERCIAL
+54 9 11 5623-9639 | dtorregrosa@fridamedia.com

Mediapro: servicios innovadores para la industria

Este año, el Grupo Mediapro se ha destacado por brindar una diversidad de servicios innovadores para la industria audiovisual. Para eventos deportivos, ha generado e implementado la tecnología virtual disponible en las transmisiones de los partidos de la Liga de España y Copa Conmebol Libertadores.



Gracias al esfuerzo de más de un centenar de profesionales de Eumovil, WTVision, Unitecnic y Mediaproducciones, los espectadores pueden disfrutar de diferentes elementos virtuales que dinamizan audiovisualmente los encuentros de fútbol que se disputan a puerta cerrada a causa de la pandemia por el COVID-19. Los partidos se pueden disfrutar con tribunas y ambiente virtual para mejorar la percepción de los espectadores ante un partido con el estadio vacío. El audio virtual se obtiene a través de una biblioteca de recursos de audio grabados ya anteriormente, que se adaptan digitalmente para que pueda ser implementado en tiempo real durante la transmisión. Se adapta en cada caso al flujo del partido a medida que ciertas situaciones se produzcan, como un gol o una falta, por ejemplo. Todo esto da lugar a lo que se conoce como Sonido Atmosférico. Además, se ha trabajado en la reubicación de las cámaras del terreno de juego para evitar planos y repeticiones con la grada



Responsable de América del Sur en Grupo Mediapro

vacía de fondo, en las ruedas de prensa telemáticas, que permite las preguntas al entrenador de la prensa desde sus casas, y en la operación de repeticiones y control de cámara remota para reducir lo máximo posible los desplazamientos de los profesionales y minimizar así los posibles riesgos. Los servicios audiovisuales es otra de las áreas fuertes de Mediapro. En Argentina, este año además de brindar todos los servicios audiovisuales para la operación del Mediacenter de ESPN, se ha sumado una nueva facilidad técnica en Martínez para brindar servicios para nuevos programas deportivos. Y desde octubre, Mediapro Argentina es responsable por los servicios técnicos y de post producción para la filmación de **Masterchef Celebrity**, reality que produce **BoxFish TV** para **Telefe**.

Europa+ se lanza oficialmente en CALA

Europa+ pone ahora a disposición de las audiencias de América Latina y el Caribe las últimas series de televisión de Europa, el servicio ofrece variedad en la programación europea para que los usuarios se conecten con sus raíces, cultura y gustos. El servicio incluye programas de productores de contenidos europeos como *BBC Studios*, *Studio Canal*, *TF1*, *ZDF*, *Nordic World*, *Studio 100*, *Spiegel* y *Mediaset*, y está disponible por 5,99 USD al mes en la mayoría de los países. Los programas se presentan sin publicidad, en alta definición y en su idioma original; cuentan con subtítulos, la mayoría de ellos en español e inglés. Está disponible en los dispositivos **iOS**, **Android**, **Apple TV**, **Roku** y **Amazon Fire TV**. Además, todos los programas



se pueden descargar para verlos posteriormente sin conexión a internet en dispositivos móviles. 'Durante casi 30 años, **Castalia** ha forjado un historial de lanzamientos exitosos de nuevas empresas de medios en todo el mundo. Nuestra misión siempre ha sido brindar a las muchas y diferentes voces de nuestro mundo la oportunidad de ser escuchadas', declaró **Luis Torres-Bohl**, presidente de Europa+ y **Castalia Communications**. 'Ofrecemos programación que logra que los europeos que viven y trabajan en América Latina y el Caribe se sientan más conectados con sus países de origen. Los espectadores de Europa+ tendrán a la mano lo más fascinante y nuevo de los dramas euro-



peos, comedias, documentales, realities, programas sobre naturaleza, automóviles, caricaturas y más', dijo el COO y Director General de Europa+, **Rubén Mendiola**. Europa+ es un servicio OTT que pertenece y es operado por **Innokap**, un fondo de inversión con sede en la Ciudad de México, y con sede en Atlanta, Georgia. Una prueba gratuita de 7 días, sin riesgos, está disponible en www.europamas.com.

europa+

Más Entretenimiento. Más Europeo.

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 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*

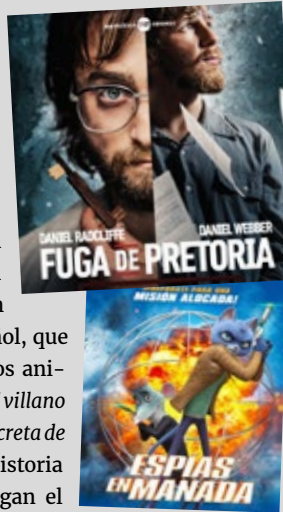
Además de la película animada *Espías en Manada*

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		

DIVO

TV DIGITAL

Es un servicio que permite incorporar canales de televisión en la red de fibra óptica de un operador de Internet, llegando hasta el domicilio de un cliente con **TV digital**, a través de la instalación de un Decodificador HD.

Está dirigido a empresas proveedoras de Internet, interesadas en ampliar su oferta de servicios, incorporando la TV y llegando a los hogares con una **propuesta duo play**.

- Complementa tu oferta de Internet con Televisión.
- No ocupa ancho de banda de la Internet.
- TV 100% digital.
- Sin delay.

MODELOS COMERCIALES

Dirigido a ISP que hoy no tienen servicio de TV en su red y Cableoperadores que deseen migrar de TV análoga a Digital.



Requiere licencia de TV.



Requiere Contratos de programación.



Requiere Inversión en decodificadores.



Disminuye el churn.



Blinda a tus clientes Internet.



Los clientes son del ISP o cableoperador.

Marca Genérica



Proyección de clientes menor a 10.000 abonados.



Marca genérica en decodificadores.

Marca Blanca



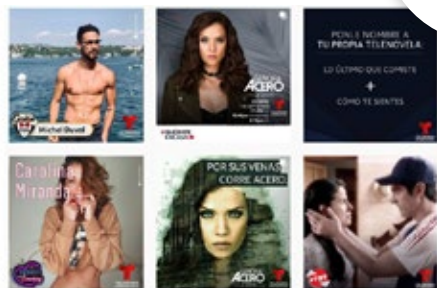
Proyección de clientes mayor a 10.000 abonados.



Marca propia en decodificadores.

Telemundo Internacional y Universal TV lideran el top 10 de la tv de paga en LatAm

Universal TV y Telemundo Internacional, dos de los canales de NBCUniversal International Networks Latin America alcanzaron el top 10 de la televisión de paga en la región. Universal TV se ubicó en el top 3 en prime time de la mano de grandes producciones como *FBI*, *FBI MostWanted*, *Magnum PI*, *Ransom*, *La Ley* y el *Orden SVU*, *The Rookie*, *Chicago Med*, *Chicago PD*, *Chicago Fire*, y *Coroner*. Mientras que Telemundo Internacional se ubicó en el top 10 en los países hispanohablantes con su programa exclusivo *Lo Mejor*



Crecimiento récord en redes sociales



de *Caso Cerrado*, sus series "Sin Senos Si Hay Paraíso", "Silvana Sin Lana" y programas especiales como "Premios Tu Música Urbano", "Suela La Sopa", entre muchos otros.

Estas mediciones fueron realizadas por KantarIBOPE Media

Crecimiento récord en redes sociales

El éxito de Telemundo Internacional también se traslada a las redes sociales. La señal que conecta a las audiencias latinoamericanas con historias, logró un crecimiento récord de más de 367% en alcance, logrando llegar una audiencia digital de más de 9.000.000 de usuarios según mediciones de Socialbakers durante agosto 2020. Ganando nuevas audiencias en Centro América, Colombia, México, Argentina y Chile, Telemundo Internacional se ubica como una de las señales más preferidas por los usuarios latinoamericanos en redes sociales. Además, sus interacciones con fans y



Coroner, una de las series más vistas de Universal TV

seguidores tuvieron un crecimiento de más de 742% vs. el año pasado, gracias a una estrategia de generación de videos y contenido relacionado al mejor entretenimiento en español que brinda a través de su pantalla. Series y shows exitosos como *El Señor de los Cielos*, *Mariposa de Barrio*, *Señora Acero*, *Enemigo Íntimo*, *Silvana Sin Lana*, *Lo Mejor de Caso Cerrado*, eventos en vivo como Premio Billboard de la música latina, noticias, programas de entrevistas con los talentos más destacados de la región y muchísimo más encuentran los fans en español de América Latina en Telemundo Internacional.

Kanal D Drama estrena el drama turco *Meryem*

THEMA América, una compañía del grupo Canal+, anunció el estreno para Latinoamérica de la serie turca *Meryem* para el 29 de octubre, al mismo tiempo que celebra que Kanal D Drama se coloca en octubre en la segunda posición en Perú en el bloque prime. 'Nos complace entrar a la recta final de un año bastante peculiar, estrenando esta emocionante serie para Latinoamérica. Este año de pandemia la demanda por nuestros dramas no ha cesado de crecer en toda América Latina', dijo Francheska León de la Barra, Responsable de Mercado de Kanal D Drama en EE.UU., y LatAm. Y agregó: 'Nos enorgullece seguir dominando los ratings y sumando seguidores en países como Perú, consolidando a Kanal D Drama en el mercado latinoamericano como todo un referente de las mejores producciones turcas en el mundo hispanohablante'. El drama se desenvuelve con rapidez después de

un accidente automovilístico en una noche lluviosa. *Meryem*, es una chica ingenua, cuya vida sufre un sobresalto inesperado con el accidente, pronto descubre que una mentira por amor puede traerle consecuencias terribles e inimaginables. Oktay encarna a un fiscal ávido de poder, capaz de atreverse a todo por avanzar en su profesión. Por otro lado, Ahmetes un hombre amargado por la tragedia, que vive con la venganza clavada en la mirada, después de perder a su amor. *Meryem* se encontrará dividida entre un fiscal sin escrúpulos y Savaş, un demandante vengativo, los errores de ambos hombres la harán sufrir, hasta que el amor entra en la ecuación, para alterar el curso de los acontecimientos. La nueva serie cuenta en el rol protagónico con Furkan Andıç, uno de los galanes turcos del momento, cuyo atractivo le ha hecho ganar seguidoras



David Ecker y Sylvia Viljoen

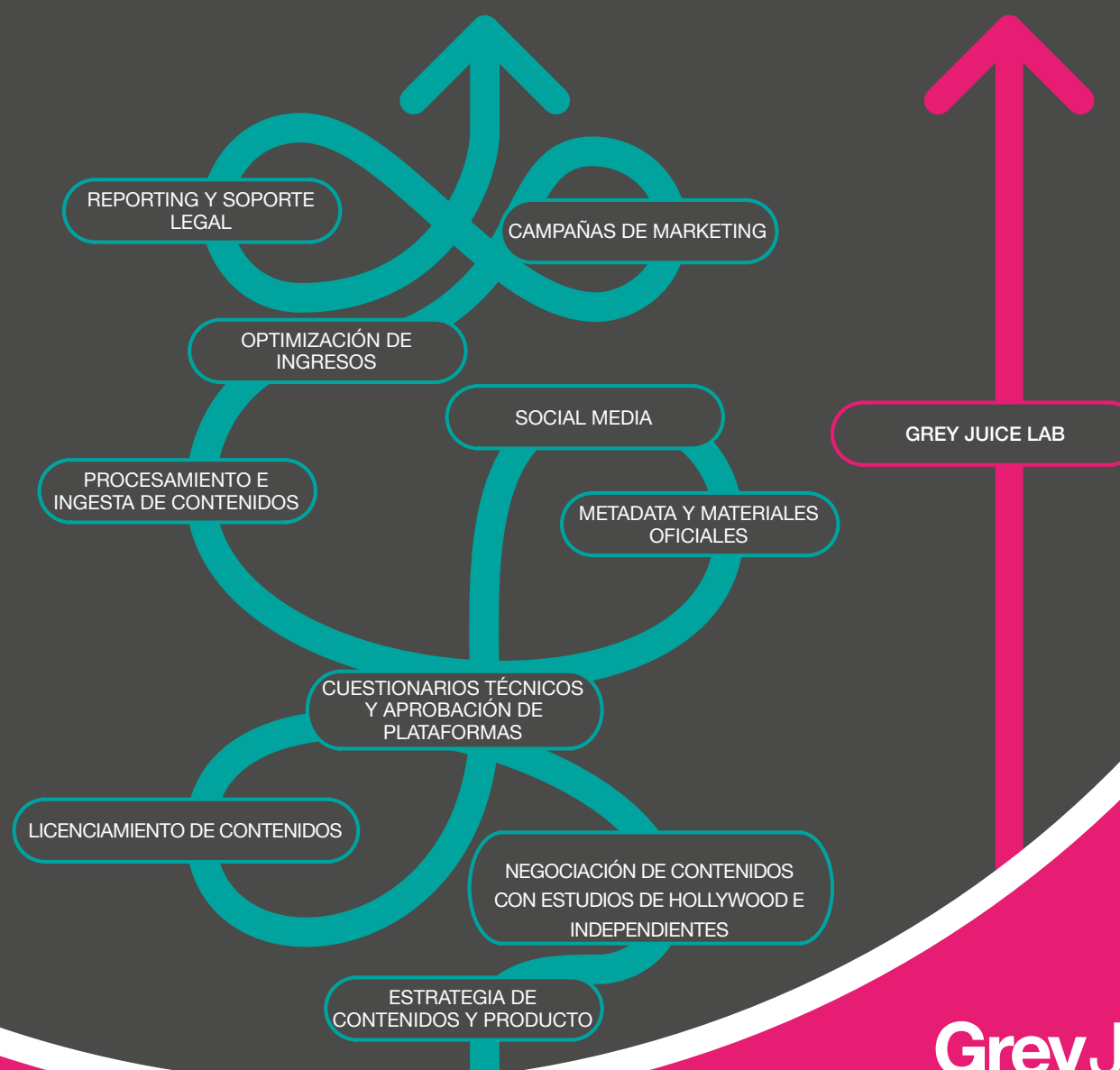
en las redes sociales en América Latina. Actualmente, Kanal D Drama ya está disponible en Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador, Panamá, Perú, Paraguay, Uruguay y República Dominicana. Thema América cuenta con todos los derechos digitales disponibles del canal, para cualquier servicio OTT, cable, satélite u operador independiente. *Meryem* se transmitirá por Kanal D Drama de lunes a viernes a las 20:20 Colombia/ México 19:20 / Argentina 22:20.

¿Por qué hacer del VOD algo complicado?

Grey Juice Lab se ocupa de todo.

Con un gran conocimiento de la región y más de 10 años de experiencia global, Grey Juice Lab es el proveedor número uno de servicios y contenido VOD en América Latina.

Grey Juice Lab. La elección es simple.



Grey Juice Lab
Content is King. Distribution is King Kong.

Para más información por favor contactar:

Tel: +54 11 5219 1271 | Email: info@greyjuicelab.com | www.greyjuicelab.com
Grey Juice Lab LATAM, Alicia Moreau de Justo 1050, Puerto Madero, Buenos Aires

LONDON | PARIS | BARCELONA | LOS ANGELES | BUENOS AIRES | DUBAI | KUALA LUMPUR

C5N se consolida como líder de audiencia

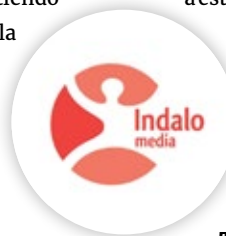
Para este especial de Cono Sur, dialogamos en exclusiva con **Ignacio Vivas**, Gte. General de **Indalo Media**, sobre la actualidad de C5N, uno de los canales de noticias por excelencia para los argentinos. ‘Cada noche me acuesto pensando qué hicimos mal y qué hicimos bien para corregir nuestros errores y fortalecer lo bueno al día siguiente. Si miramos los números de las audiencias, de manera indiscutible somos líderes. Más allá de los picos de audiencia, nos interesa que la sociedad elija nuestra señal porque quiere decir que en ella encuentra información de calidad dentro de una industria muy competitiva. Y nos obliga a superarnos.



Ignacio Vivas, Gerente General de Indalo Media

Aumento del rating

‘Una semana antes del anuncio de la cuarentena, estamos hablando del mes de marzo, C5N mantenía una audiencia fuerte. Muchos temas se estaban debatiendo en el país: la recuperación de la economía, la renegociación con los bonistas, la justicia y un proyecto sobre el aborto. Y la pandemia marcó un punto de inflexión en la búsqueda de información por parte del público. El encendido, en lo que a señales de noticias respecta, creció exponencialmente. Nosotros mantuvimos siempre la premisa fundamental de trabajar para informar, brindar servicio de todo lo que tenía que ver con el coronavirus. Mostramos la realidad que se vive en el país. Quiero destacar que nuestra señal es la más federal de todas. En el balance hemos mantenido un claro liderazgo en términos de audiencia’.



‘ustedes siempre están... ¿cómo hacen? Nuestras crónicas, historias y análisis de los periodistas trascienden la pantalla. Sumado a esto, nuestra credibilidad. Tenemos un contrato transparente con nuestra audiencia. Nos conocen, confían en nosotros y nuestro trabajo cotidiano. Mostramos la realidad, se trata de nuestro eslogan’.

Tecnología utilizada en el canal

‘C5N se destaca desde sus inicios por su tecnología de avanzada. Contamos con cámaras robóticas y estudios de 180 grados, para citar ejemplos. Nuestra visión comprende invertir constantemente en software y hardware para poder entregar el mejor producto a nuestra audiencia. Cabe destacar la cobertura que hicimos de las PASO y de las elecciones presidenciales de octubre de 2019, ocasión para la cual aplicamos realidad aumentada en exteriores incorporando tecnología israelí, propia de las cadenas televisivas más importantes a nivel mundial.

TV everywhere y plataformas móviles

‘La señal C5N puede sintonizarse en cualquier operación de TV Paga que se brinda en la Argentina, e incluso en el exterior. Se accede también a través de plataformas de

operadores de telefonía, OTTs y IPTV. En nuestro plan de desarrollo digital nos encontramos abocados a brindar una solución On Tv en la palma de la mano, accesible desde cualquier plataforma’.

Sobre la distribución del canal a nivel nacional, el ejecutivo dijo: ‘No tenemos restricciones. Estamos disponibles para todos los operadores con licencia y hemos trascendido fronteras. Además, somos la señal más seguida por la comunidad de argentinos en el exterior. La señal ya se encuentra disponible en los países limítrofes. Actualmente estamos diseñando un plan de expansión que comprende nuevos territorios, incluido USA y Europa’.

Momento de la industria de contenidos

‘En lo que a nuestro género particular respecta, percibo que se está dando un resurgir, muy interesante por cierto, producto de un creciente interés de la audiencia en lo que hace a noticias y actualidad.

En cuanto a la industria en términos macro, creo que existe un enorme potencial de crecimiento y que están dadas las condiciones para que esto suceda. El capital humano que la conforma se destaca a nivel mundial por su calidad y creatividad, y los intereses de quienes la integramos están alineados, desde cableoperadores, productores, señales, entre otros’.

¡Solicítalos YA!

¡Contáctanos!

Piedad Martínez P.

Móvil: +57 3148620814

Mail: pmartinez@globalmedia1.tv



KZO se consolida en un año atípico

Raúl Slonimsky, director artístico de **Kuarzo Entertainment**, habló en exclusiva para **PRENSARIO** sobre la actualidad de la empresa. 'En un año marcado por la nueva normalidad hemos logrado mantener y hacer crecer nuestro canal y los niveles de audiencia, el esfuerzo fue cuesta arriba pero por suerte estamos muy contentos con los resultados. Sobre la estrategia de programación, el ejecutivo dijo: 'En cuanto a la estrategia de programación para este año tan atípico, la idea fue perfeccionar los programas que ya teníamos, renovando los formatos para adaptarlos al momento del mundo que estamos viviendo. Le dimos prioridad a que nuestras figuras pudieran trabajar con protocolos correctos para que puedan sentirse seguros. Hemos sumado nuevas figuras como Nicole Neumann y Nicolás Magaldi con formatos novedosos que nos dieron muchas satisfacciones. También potenciamos y encontramos un nuevo estilo en *Las Rubias* con Marcela Tinayre, que al salir cada una desde su casa, le dio al programa una naturalidad y calidez

que nos sorprendió gratamente. Además seguimos apostando a Joaquín "El pollo" Álvarez y a Nico Occhiato cómo figuras de KZO, creo que el canal se va consolidando y se convirtió en una opción más dentro de la grilla de canales'.

Alianza con NET TV

'En general la mayoría de las producciones son propias. Así nació el canal y es el espíritu que queremos mantener. Asimismo, el vínculo de la productora con **NET TV** nos permite tener en KZO algunos programas de NET como "*Pampita Online*", obteniendo buenos niveles de audiencia para la señal. En los últimos meses hemos comercializado y sumado algunos formatos de terceros como *Estilo NY* o *Una Cita con el Amor*, que funcionaron muy bien con el público de KZO.

Un canal multiplataforma

'Desde el principio se intentó con KZO



Raúl Slonimsky, director artístico de Kuarzo Entertainment

hacer un canal multiplataforma, que se pueda seguir por **YouTube**, por nuestra app y por las redes. Aprovechando tanto las redes del canal como de nuestras figuras. Este año además empezamos con un nuevo desafío expandiéndonos a otras plataformas como **Amazon Prime**. Esto nos permite comercializar 360 nuestros productos y se vuelven más atractivos para el televidente y los anunciantes. Siempre estamos en continuo movimiento, con planes de expansión y abiertos a hacer acuerdos de co-producción y nuevos negocios'.

Llegó la nueva señal IP del Grupo Octubre

Se comercializa en conjunto con Canal 9 a todo el país

Sebastian Rollandi, gerente de productos audiovisuales del **Grupo Octubre**, destacó el lanzamiento de la nueva señal **IP**. 'El Grupo Octubre desde hace muchos años viene trabajando en distintos proyectos de comunicación y cultura; nos sentimos orgullosos de cada uno de nuestros medios y su crecimiento constante, hace pocos días celebramos los diez años de **AM 750** una de las frecuencias más escuchadas del país y también las tres décadas de **Página 12**, junto al nacimiento de **IP**'. Sobre el disparador para lanzar una señal de noticias, sostuvo: 'Hace tiempo nos propusimos el objetivo de crear una nueva señal de noticias en nuestro país, que sea capaz de interpretar las nuevas demandas de las audiencias, poder aportar nuevas miradas y tratamientos a las noticias ya existentes. **IP** llega en un momento histórico tanto nacional como internacional, nos proponemos buscar una mayor profundidad en el tratamiento de las noticias, tratando de

aportar distintas miradas y voces a temas complejos que se debaten en nuestra sociedad. Siempre buscamos poder darle a las audiencias todas las opiniones y elevar el nivel de discusiones'. Vale remarcar: 'IP genera en esta etapa inicial más de 200 puestos de trabajo, con una inversión de más de 350 millones de pesos en estudio y tecnologías para plataforma digital y TV, incluyendo realidad aumentada. En el comienzo estamos en las 4 principales redes sociales con contenido periódico: IG, TW, YouTube y Facebook. Tenemos la cuenta de tiktok que estamos descubriendo, pensando cuáles son los mejores contenidos cortos que den con el perfil de esa peculiar audiencia. Por la edad de muchos de nuestros talentos, próximamente haremos eventos en vivo en paralelo al vivo del aire que sean apuntados a una audiencia más joven, con un relato distinto al de la TV y abrir la

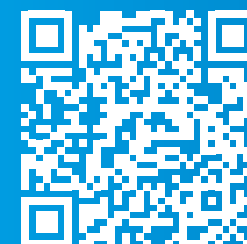


Sebastián Rollandi, gerente de productos audiovisuales del Grupo Octubre

experiencia a plataformas como **Twitch**'. En tv paga, su comercialización a operadores de cable, ISPs y OTTs se realiza en conjunto con **Canal 9** que está en todo el país, con quienes han firmado convenios en el mes de noviembre del año pasado para toda esta iniciativa. Concluyó Sebastián: 'Desde Grupo Octubre estamos trabajando en distintos proyectos audiovisuales pensados para las plataformas on demand, de esta manera pensamos abrirnos a nuevos mercados de la región'.



Maximice el potencial de su red para los usuarios del futuro



COMMSCOPE®

ViacomCBS fortalece su estrategia de negocios mediante tres pilares

Mientras que Pluto TV se consolida como líder en streaming gratuito

Para este especial de Cono Sur, dialogamos con **Daniel Otaola**, VP Affiliate Sales **ViacomCBS South Cone**, quien habló sobre la actualidad de la empresa y del lanzamiento de Pluto TV en Latinoamérica. 'ViacomCBS es una compañía global con más de 4.300 millones de suscriptores acumulados a través de plataformas de tv abierta en Estados Unidos, Reino Unido, Argentina y Australia, y señales de televisión paga en más de 180 países en todo el mundo. Sin dudas, el grupo combinado es una de las más grandes corporaciones de entretenimiento a nivel mundial y uno de los mayores inversores en materia de desarrollo y producción de contenido. El liderazgo en nuestras señales de televisión abierta y tv por cable combinadas con nuestra amplia propuesta de plataformas emergentes y tradicionales, sumadas a nuestra oferta de servicios de streaming, nos permite brindar servicios únicos en el mercado y llegar a grandes volúmenes de audiencias diversas con una notable variedad de formatos.

La importancia de los tres pilares
'En ViacomCBS concebimos un ecosistema de plataformas integradas y en equilibrio, cada una de ellas con sus características propias. En este ecosistema, las señales y plataformas generan un entorno propicio para que cada una crezca y a la vez impulse a las otras. Nuestra estrategia de negocios está basada sobre tres pilares. El negocio tradicional integrado por nuestra señal de TV abierta líder, **Telefe**, más los 8 canales en el interior del país y la señal para operadores de TV Paga, lo cual nos posiciona como el medio con mayor cobertura a nivel nacional. Nuestra señal internacional de Telefe. Asimismo, en Pay tv, tenemos señales

para todos los targets de audiencia con **Nick JR**, **Nickelodeon**, **MTV**, **Comedy Central**, **Paramount Network** y **VH1**. Por otro lado, contamos con un robusto bloque de negocios emergentes con una nutrida y variada oferta de contenido digital y plataformas de streaming. A fines de marzo lanzamos en Latinoamérica **Pluto TV**, la plataforma líder de streaming gratuito de tv que está rompiendo todos los récords. Hoy dispone más de 60 canales diversos. Y el tercer bloque, conformado por nuestros negocios adyacentes, que nos permite explorar oportunidades derivadas

de nuestros negocios de Networks. En ViacomCBS International Studios producimos contenido propio y para terceros. Y la unidad de CP donde desarrollamos el manejo vinculado a los productos de consumo y licencias. También desarrollamos y no asociamos a oportunidades de Live Events, asociados nuestras marcas.

Lanzamiento de Pluto TV

'El lanzamiento de **Pluto Tv** fue clave y fundamental en la región. La plataforma tiene presencia global en tres continentes y 22 países entre Estados Unidos, Europa y desde marzo en América Latina. El lanzamiento de Pluto Tv nos permitió sumar a nuestras ofertas una plataforma de streaming gratuito líder en el mundo y reconocida por Fast Company como una de las compañías más innovadoras de 2020. Esto nos permitió robustecer nuestras propuestas comerciales de cara a nuestros clientes con Contenido longform, Brand safe y curado para seguir sumando audiencias. En ese sentido, continuamos ampliando y diversificando nuestra oferta de contenidos ofreciéndoles a nuestros clientes en todas esas líneas de negocios marcas líderes para que puedan llegar a las diferentes audien-



Daniel Otaola, VP Affiliate Sales ViacomCBS South Cone

cias y diversificar la inversión publicitaria en las distintas plataformas'.

Objetivos para el Cono Sur

Sobre los objetivos en el Cono Sur, el ejecutivo dijo: 'Continuar fortaleciendo nuestras marcas mediante la consolidación de alianzas estratégicas con los mejores partners. Nuestra alianza con los operadores regionales basado en un contacto permanente, brinda la posibilidad de ofrecer sólidas y atractivas respuestas a la creciente demanda de los consumidores. En 2020 nuestra estrategia comercial se basó en integrar todas las áreas de ingresos: Ad Sales de las señales de FTA y PayTV y de plataformas digitales, LABS, venta a afiliados, Live Events, así como también el área de Planning Comercial. Desde esta nueva área de Revenue Cono Sur y junto al área de Licencias, trabajamos sinérgicamente para potenciar todas nuestras líneas de negocios y convertirnos en un verdadero puente para conectar las marcas con nuestras audiencias. Nuestro objetivo es diseñar propuestas que puedan cubrir las necesidades de nuestros clientes, porque sabemos que esta nueva realidad así lo requiere'.

Pushing the Boundaries of Network Innovation

With our powerful suite of end-to-end converged broadband solutions, Casa Systems helps operators design and build networks that deliver superior levels of performance, operational flexibility, innovative new services, and enhanced customer experiences.

Set up a virtual tour of our demos and find out how we can put our innovative solutions to work for you.

www.casa-systems.com



Ole Distribution continúa ampliando su portfolio de contenido TVE/ VOD



Sergio Veiga

Para este especial de Cono Sur, contamos con los comentarios de **Sergio Veiga**, con una experiencia de más de 20 años en el sector, ocupando cargos claves en compañías y grupos audiovisuales de la industria de pay TV. Actualmente es el presidente de **CAPPSA** (Cámara Argentina de Productores y Programadores Audiovisuales), y director de ventas para el Cono Sur de **Ole Distribution**.

Actualidad de Ole Distribution

‘Este año, como sabemos, ha sido muy especial y desafiante para todos, un año en el que, a partir de la pandemia se han mo-

dificado muchos aspectos de nuestra vida personal y profesional. Y es precisamente este año en el que nace Ole Distribution, esta nueva compañía a la que estoy muy orgulloso de pertenecer, producto de la alianza entre **Ole Communications** y **Warner Media**.

Formada por un increíble y experimentado equipo de profesionales de reconocida trayectoria, unidos en la misión de gestionar grandes canales y contenidos.

Por eso, para todo el equipo de Olé Distribution, será un placer poder compartir con la Industria este especial ahora en su versión virtual, poder presentarles a nuestros distribuidores el muy buen contenido que tenemos para ofrecerles en nuestro portfolio de marcas y canales ya consagrados como **Universal TV, Studio Universal, SYFY, El Trece, Telemundo, A&E, Lifetime, History, H2, IVC, Warner Channel, Sony** y **AXN**. Queremos brindarles a nuestros distribuidores todas las herramientas y soporte necesario’.

Potencial de los canales básicos en la era OTT

‘Nuestros canales ya no son solamente

canales... como decía, se trata de una oferta integral que, además de la distribución lineal, le da al suscriptor que paga su abono, la posibilidad de acceder a un importante volumen de contenidos de alto atractivo para disfrutarlos en el momento que quieran sin necesidad de una erogación extra. En ese sentido vemos un alto potencial de crecimiento no sólo en la distribución, sino en el uso y el consumo de esos contenidos que ponemos a disposición’.

Prioridades de trabajo para mediano y largo plazo

‘Continuaremos trabajando en ampliar cada vez más nuestro portfolio de contenido TVE/ VOD. Seguiremos estrenando nuevas temporadas de series consagradas, y habrá nuevos lanzamientos que oportunamente daremos a conocer.

En conjunto con nuestros distribuidores orientaremos nuestras acciones a darle cada vez más brillo a lo mucho y muy bueno que tiene nuestra oferta básica.

Todo en el marco de una nueva visión, con estrategias acordes a las nuevas realidades de la industria’.

Inti TV, el canal de la Tierra

Inti TV lleva 7 años en el mercado generando y transmitiendo contenidos enfocados en promover un mundo sostenible a través de la sabiduría ancestral, el consumo responsable, la permacultura y sobre todo el respeto hacia planeta y a quienes lo habitamos. 2020, el año en el que el mundo cambió. Es evidente que necesitamos generar un cambio de conciencia, un despertar.

Si bien es cierto, las categorías del canal siempre han sido temas de gran relevancia pero hoy se han vuelto más importantes que nunca.

Estamos en medio de una transición, encaminándonos hacia un nuevo mundo más consciente. Nuestra misión como canal es ser la guía para quienes buscan herramientas prácticas para simplificar sus vidas y vivir en armonía.

A través de contenidos de sanación, bienestar, alimentación consciente y conexión con la naturaleza inspiramos a los televidentes a transformarse en una mejor versión de sí mismos.

Somos un canal de televisión que busca

crear un despertar de conciencia al difundir temas de actualidad pero desde una perspectiva distinta. Le damos espacio a las posibilidades y fomentamos el cuestionamiento.

Nuestro televidente es curioso por naturaleza y busca métodos alternativos que no se encuentran fácilmente en televisión. Inti TV es el único canal hispano que puede ofrecerle un catálogo completo de programación basado 100% en una vida simple, saludable y en equilibrio con el entorno.

Además, contamos con una red de talentos destacados en el mundo del bienestar y cuidado ambiental que nos ayudan a promover el concepto de una nueva Tierra. Entre ellos **Toya Montoya, Rebecca Eisenmann, Kristina Carrillo-Bucaram, Rob Greenfield, Chef Yogi Mariano Garcés, Carlos Fraga, Suzanne Powell** y más.

En estos momentos le estamos dando mayor fuerza a nuestra categoría de Saberes Ancestrales debido a su gran relevancia en la situación actual del planeta.

La transmisión del conocimiento ance-



trales reconocido por las Naciones Unidas como esencial para proteger y promover la sostenibilidad, la conexión del ser humano con la naturaleza y para fomentar el desarrollo económico apropiado desde un punto de vista sostenible.

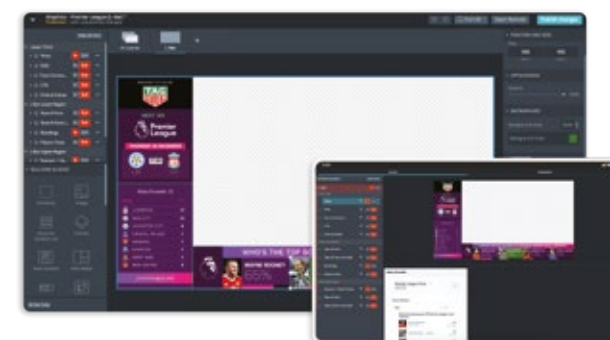
Inti TV continúa siendo el primer referente que promueve una vida saludable, consciente y positiva. Alcanzamos 15 millones de hogares en América Latina y Estados Unidos con una nueva propuesta de canal dedicado al bienestar y a la reconexión con la tierra.

Nuestros contenidos originales también se encuentran disponibles en nuestro sitio web www.intiplay.com y en dispositivos móviles ios y android, televisores con tecnología Smart, Apple TV y Amazon Fire TV. Muy pronto con doblaje en otros idiomas para mercados fuera del territorio hispano.

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

History Channel festeja sus exitosos 20 años



Eddy Ruiz, presidente de A+E Networks Latin America, junto a César Sabroso, VP de Marketing

Se cumplieron los 20 años de **History Channel**, en el marco de su aniversario es grato contar con las reflexiones del presidente de **A+E Networks Latin America**, **Eddy Ruiz**, acompañado de su VP de marketing y comunicación corporativa **César Sabroso**, que llevaron adelante todo el proceso hasta este gran presente.

Dice Eddy: 'Estoy sumamente orgulloso de lo que hemos logrado con todo el equipo. Comenzó con la visión de **Ole** y nuestros socios en USA, **Miguel Brailovsky** estuvo del principio, yo me sumé hace 17 años, **César Coletti** también fue importante para que llegue a ser lo que es ahora, por supuesto César Sabroso con toda la estrategia de co-



entrenamiento, y hacer entretenimiento con un toque histórico con casos muy exitosos como *Cazadores de Tesoros* o *El precio de la historia*. Siempre mezclamos algo de documental, pero también en gran nivel como la miniserie de George Washington, la parte de alienígenas con *Proyecto Libro Azul*, y por supuesto todas nuestras producciones originales de estos 20 años, con los cuáles ya llegamos a las 500 horas o 600 horas.

Le damos siempre una pinchada local para que tenga más relevancia y también aportamos información que no se da en los colegios, como en *Secretos de Guerra*, que México tuvo a las Águilas Aztecas, el escuadrón que más desempeño tuvo en la Segunda Guerra, o que Brasil mandó 25.000 soldados a Italia y nunca fueron vencidos. Estamos muy orgullosos también de nuevos proyectos como *Una idea para cambiar la historia*, que estamos realizando hace 6 años en apoyo a chicos emprendedores americanos. Gino Tubaro fue el primer ganador y luego fue reconocido por Barack Obama'.

Liderazgo lineal y no lineal

Una segunda transformación del canal fue adaptarse a la era de las redes sociales;

municación y marketing, y los afiliados que hemos tenido fuertes negociaciones con ellos y nunca dejaron de apoyar.

History siempre ha sido el niño destacado de nuestro grupo. Empezó como documentales, pero incluso en USA se dieron cuenta que esa audiencia estaba falleciendo y se inició el una transformación para convertir la Historia en en-

tertenimiento, hoy en **Facebook** tenemos 44 millones de seguidores; nuestro canal **YouTube** tiene 2.8 millones de followers, casi 2 millones en **Instagram** y 1.1 millones en **Twitter**. En general y con las producciones originales, nos corrimos al nuevo ecosistema para estar presentes con una mecánica de comunicación siempre enfocada en el usuario. Ahora nos resta maximizar la monetización para esa cantidad de usuarios, que son leales pues History es una marca que genera respeto y credibilidad.

Gran producción y rating en la pandemia

Concluye Eddy: 'En la pandemia, en A+E Networks hemos continuado produciendo. En History tuvimos la tercer temporada de *Desafío sobre fuego*, la segunda de *Secretos de Guerra* y en A&E una guía política incorrecta *A&E Metrópoli: Ciudad de México*, al estar dentro de una unidad intensiva en México, donde los propios médicos llevaban la cámara con contenido de pandemia. Ahora el 8 de octubre estrenamos *Cam Alert* y seguimos produciendo.

Tuvimos además un gran crecimiento de audiencia, al principio de la pandemia con un pico de consumo grande y luego nuevamente con nuestras marcas subiendo más que otras. Mientras otros quitaron estrenos y programación, nosotros tomamos una vía diferente y mantuvimos los estrenos por la oportunidad perfecta de tener a la gente en casa. Aquí también tenemos también la misión de monetizarlo más que antes, mostrando creatividad para la publicidad, aunque la pandemia incrementó la dificultad de competir con lo digital.

Pero para solucionarlo, ahora estamos con una iniciativa fuerte con influencers para desarrollar contenido a nivel local y junto a los anunciantes. Será un anuncio importante en las próximas semanas, incluye el lanzamiento de una nueva aplicación y sigue el objetivo de transformar nuestra industria y equiparnos con data con calidad para los anunciantes' remarcó.

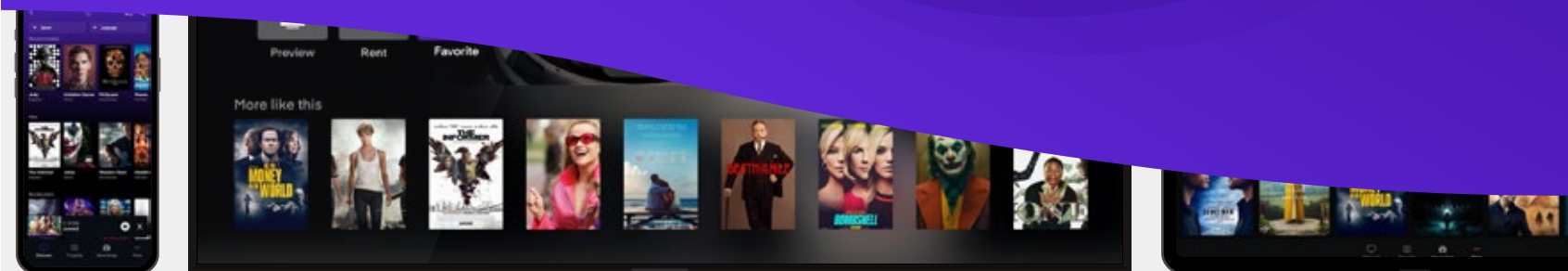


Desafío sobre fuego



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.

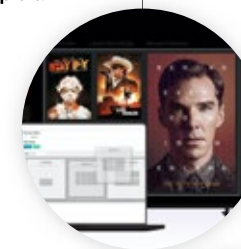


¿ESTÁ LISTO PARA LANZAR SU SERVICIO DE TV?

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

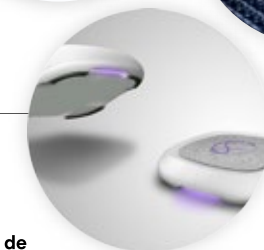
Plataforma de video completa



Seguridad y analítica



Decodificadores de calidad avanzado



Grey Juice Lab: 'La estrategia es complementar un catálogo con novedades de alto valor'

Damián Cramowicz, Director Regional en Grey Juice Lab, habla a *Prensario* para esta edición especial de Cono Sur, quien describió la evolución, desafíos y nuevos acuerdos este año en la empresa 'Es cierto que el coronavirus ha impactado de lleno en la industria. Sin embargo, hemos ido desarrollando distintas estrategias con el objetivo de atenuar este impacto negativo para nuestros clientes. Entre ellas, la creación de promociones para el TVOD junto a los Estudios, realizamos más de 200 promos de 50% off en estrenos y librerías, así como también nuevos acuerdos de contenidos tanto en TVOD como SVOD para así suplir la falta de estrenos y ofrecer novedades'. Dentro de estos nuevos acuerdos, destaca 'La estrategia fue la de complementar catálogo con novedades de alto valor percibido. En TVOD, hemos desarrollado un acuerdo con **Viacom** para licenciar sus propiedades infantiles como *Paw Patrol*, entre otras. Luego de analizar el mercado también observamos un nicho interesante en el animé. Así es que cerramos acuerdos

con **Televisión y Sato**. En películas incorporamos nuevo catálogo de **DMD** como *Parasite*; **CDC, Leda**, y una selección de películas de productoras colombianas. En cuanto a SVOD, reforzamos nuestro catálogo con series de la **BBC, e One, Quiver Distribution** y películas y series de **NBC Universal**'. A pesar de la situación actual, Damián destaca que su actividad comercial nunca paró 'Hemos construido un servicio único en la región y estamos cosechando lo que venimos sembrando. Desde comienzos de año estamos trabajando junto a **Cableonda** de Panamá, en todo el servicio transaccional. También hemos ganado este año para TVOD la cuenta de **Cablevisión Argentina**, para su servicio **Flow** en Argentina, Uruguay y Paraguay. También cerramos un acuerdo con un nuevo operador en Ecuador, que también va a lanzar un servicio OTT pronto. Estamos trabajando distintas alianzas por lo que de acá a fin de año probablemente tengamos novedades' agregó.



Damian Cramowicz

De cara a lo que viene, dijo 'Vamos a seguir consolidándonos como la primera opción en agregación de contenidos, tanto para operadores como para los Estudios. Nuestro rol es el de ser facilitadores para ambos eslabones en la cadena de valor. Tenemos mucha expectativa para el 2021. Una vez que reabran las salas, tendremos un año lleno de estrenos. Esto será muy bueno para todos, pero sobre todo para los usuarios, que podrán disfrutar finalmente de todos los tanques que esperaron durante meses'.

Multimedios: crecimiento con su señal internacional

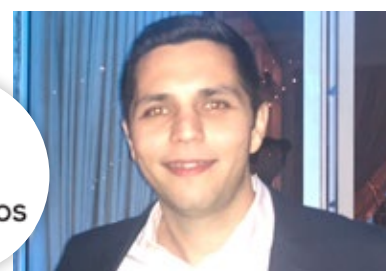
En esta edición especial para Cono Sur, contamos con los comentarios del director de Marketing del **Grupo Multimedios**, **Alberto Domínguez**. La empresa suma alianzas para nuevos contenidos a su programación junto con su plan de seguir su extensión por Centroamérica.

Expansión en Centroamérica

'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. 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 locales 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 nues-



Alberto Dominguez de Multimedios

tra producción era principalmente en la ciudad de Monterrey, a excepción de los noticieros locales. 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'.

NETWORK BROADCAST

La visión estratégica que potencia su empresa.



DVB



IPTV



CLOUD



OTT

30 Más de Años

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

Un podcast muy sabroso: El Gourmet 20 años siendo parte de tu vida



AMC Networks se posiciona como generador en ese nuevo formato

Los chefs que hicieron historia en **El Gourmet** comparten sus secretos y pasiones en nuevos podcasts generados por la nueva usina creativa de este innovador formato que es **AMC Networks**. En octubre, la plataforma de contenidos gastronómicos en América Latina, sumó nuevos talentos a su primera producción de audio bajo demanda —algunos lo definieron como el OTT de la radio— lanzada en julio con buena repercusión. Ahora van por más y buscan terminar de posicionarse en el ascendente formato.

El Gourmet 20 años siendo parte de tu vida

El lanzamiento de los podcasts de producción original busca apoyarse en el reconocimiento de su marca y la llegada popular de su contenido para ofrecer novedosas formas de entretenimiento en torno a este lenguaje común: la comida. El primer contenido original *El Gourmet 20 años siendo parte de tu vida* se lanzó el 27 de julio y se concibió como un espacio de encuentro de los chefs que aportaron a construir a **El Gourmet** como la marca líder en contenidos gastronómicos, siendo Top 3 más escuchado en Argentina, México y Colombia.

La más fuerte recepción



fue especialmente en grupos etáreos entre los 23-27, 28-34, 35-44 y 45-59 años. Reuniendo el 85% del total de oyentes.

Producido por **Non-stop** en la pandemia, realizaron los podcasts con herramientas digitales y con un equipo técnico que asegura la más alta calidad del producto. En el mercado mexicano, lograron producir desde Tijuana hasta CDMX.

Narda Lepes, Zahie Téllez, Claudia Fontán, Paulina Abascal y Poncho Cadena

Narda Lepes, Zahie Téllez, Claudia Fontán, Paulina Abascal y el chef **Poncho Cadena** comparten sus experiencias desde el 8 de octubre en este espacio de entrevistas del que ya participaron talentos como **Felicitas Pizarro, Christian Petersen, Mauricio Asta, Osvaldo Gross y Roberto Petersen**. Desde el jueves 8 de octubre, todos los jueves, se podrán disfrutar nuevas entrevistas en el programa de audio on demand que explora en mayor profundidad las historias, secretos y pasiones que inspiran a los chefs de **El Gourmet** más reconocidos de la región. Comparten sobre sus inicios en la gastronomía, cómo llegaron a la TV, su cercanía a los fans, qué



los inspira, qué los desafía y qué secretos guardan. El contenido está disponible en las plataformas **Spotify, YouTube, Apple Podcasts** y **Google Podcasts**. Será bajo la conducción de **Verónica Rondinoni**, productora general del canal **El Gourmet**, los seguidores fanáticos de la cocina conocerán las anécdotas que rellenan el detrás de escena de estos chefs protagonistas de programas de **El Gourmet** y que han sido favoritos

del público durante años. Los anteriores podcasts siguen disponibles para que los oyentes puedan conocer un poco más a **Felicitas Pizarro, Christian Petersen, Mauricio Asta, Osvaldo Gross y Roberto Petersen**. Con más de 20 años de experiencia creando, produciendo y presentando series televisivas, **Rondinoni** aportará una visión inigualable que los fans sabrán apreciar. Durante su gestión, **El Gourmet** ha ganado múltiples premios locales e internacionales, entre los que se destacan el premio Martín Fierro de Cable por **Maestros del asado** y **Los Petersen. Recetas caseras** y el premio Taste Award (EE.UU.) por **Cocina para mis amigos**. **El Gourmet** producirá nuevos episodios con los chefs más reconocidos de América Latina de la señal.

Antena 3 Internacional estrena *Natural*

El programa que hace repensar el mundo

Natural, que se emite el 3 de noviembre, consta de ocho reportajes inéditos sobre evidencias que pasan desapercibidas, pero que están alertando del daño al medio ambiente.



Natural

Desde la desaparición de los gorriones hasta jabalíes cruzando carreteras y autovías en busca de comida, '*Natural*' llega el 3 de noviembre a **Antena 3 Internacional** para poner en evidencia señales que demuestran el grave daño que está sufriendo el medio ambiente. Liderado por el periodista **Jalis de la Serna**, '*Natural*' consta de ocho reportajes inéditos e impactantes para apelar a la imperiosa necesidad de cambiar de rumbo y reconectar con la naturaleza. Porque todo tiene consecuencias para el medio ambiente y todavía

no nos hemos enterado de que el medio ambiente también somos nosotros. *Natural* es una producción de **Atresmedia**, que cuenta con **Luz Aldama** como productora ejecutiva, con **Elena Pérez** como directora y con **Marcos Hervera** como realizador.

Los capítulos se estrenarán todos los martes, a partir del 3 de noviembre Latam: 8:30PM Méx / 9:30PM Col / 10:30PM Ven / 11:30PM Arg, US: 9:30PM ET / 6:30PM PT.



multicast

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

FUNO

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



Para más información ingresá a nuestro sitio web

www.multicast.lat

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.



INTRODUCING THE NEWEST MEMBERS

D Squared Digital Wireless Family

- excellent flexibility
- ultra-fast setup
- studio quality audio
- ultra-low latency
- superior RF performance



www.lectrosonics.com



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

PROXTV: Próximos a cumplir 10 años, canales reconocidos y un modelo de trabajo que brinda todos los servicios de la operación de Pay TV



Javier Julio, director ejecutivo de ProxTV

Javier Julio, Director Ejecutivo de **PROXTV**, dialogó en exclusiva con **Prensario** para este especial del Cono Sur. 'Empecé en 1996, hace ya más de 24 años. Trabajé muchos años para **CM** y **Crónica** antes de fundar **PROXTV**. Con **PROXTV** arranqué en 2011, en unos meses más cumpliremos 10 años. En la primera etapa, hicimos un profundo trabajo en la distribución de **Crónica** y **CM**, revalorizando los canales en el mercado de acuerdo a su posicionamiento. En 2012, se sumó **Hernán Quiroga**, un ejecutivo de mucha experiencia y juntos hemos ido transitando el camino de estos años. En 2016 incorporamos **El Garage**, y también trabajamos fuerte para revalorizarlo, completando un portafolio de mucho valor agregado para los operadores. Crecimos mucho con los canales. **Crónica** es uno de los cinco principales canales de Argentina y tenemos full-distribution. También tenemos muy buena recepción en Uruguay y hemos entrado en Chile y Paraguay. **CM** ofrece mucho más que videoclips, tiene contenidos con programas de estudio y exteriores para todos los gustos musicales y ese diferencial, lo hace atractivo para los televidentes que disfrutaban de la música. También tenemos una penetración muy alta con **El Garage**, que tiene excelentes

contenidos y una programación amplia, que cubre todas las disciplinas del mundo motor. Tiene una gran calidad y es valorado en todo el continente'.

El mercado de señales para Latinoamérica

'Es un mercado muy maduro y complejo entre los distintos territorios. Probablemente por eso somos tan pocas las empresas independientes que trabajamos en él. A la vez, en los últimos años fuimos observando los cambios en el consumo de contenidos audiovisuales, entendiendo que hay una nueva realidad donde muchos contenidos se consumen de manera no lineal, pero a su vez el consumo tradicional sigue siendo muy significativo. Creemos entonces que los canales lineales seguirán teniendo una participación muy importante en el consumo

Crónica HD

CM EL CANAL DE LA MÚSICA

El Garage

de información y entretenimiento audiovisual, sobre todo los que tengan marcas posicionadas y vinculadas con los televidentes y aquellos otros que ofrezcan contenidos que lleguen a las emociones del público, brindando calidad y logrando diferenciarse. Dentro de ese contexto, nos ha ido muy bien, logrando muy buenos resultados para los canales que representamos y manteniendo una muy buena recepción de parte de los operadores, fruto de la experiencia, las buenas relaciones con los participantes del mercado y una gestión eficiente. Trabajamos hace mucho tiempo con operadores de la región, brindándoles canales de marcas y contenidos muy buscados por el público. Y seguiremos en esta línea de trabajo, tratando de agregar valor siempre a los operadores con los canales que representamos, ofreciendo nuestro expertise en toda la cadena de valor a nuestros clientes, con un servicio comprometido y eficiente que

les resuelve toda la operación de la unidad de negocio de Pay TV.'

Proyectos a largo plazo

'Nos apasiona la industria del entretenimiento. Así, solemos involucrarnos en proyectos de los canales con los que trabajamos, que trascienden nuestro servicio de distribución. Con **Crónica** trabajamos en varios durante largo tiempo. También con **El Garage**, colaboramos en diversos proyectos como la producción y venta de contenidos originales. Por otra parte, seguiremos trabajando alianzas para la venta de publicidad de los canales. En el negocio lineal, el principal objetivo es seguir creciendo con los canales en los diversos territorios de la región'.

Empezaron a dar frutos las gestiones en Paraguay

'A pesar de la demora que ocasionó la pandemia en varias negociaciones que teníamos en curso, estamos contentos porque hemos lanzado **El Garage** en **TIGO** en agosto y ahora, estrenamos **Crónica** en **Personal**. Además, hemos tenido muy buena recepción por parte de los operadores del interior y estamos conversando para sumarlos a algunas grillas. Estamos felices de llevar nuestros canales a los televidentes de Paraguay'.

Expectativas para el 2021

'A pesar que el contexto se mantenga afectado por la pandemia durante una parte del año próximo, nuestro mercado sigue activo, brindando información y entretenimiento para el público, con un alto consumo de televisión. Somos optimistas para encarar otro año de fuerte trabajo en todas las áreas que prestamos servicio a los canales que representamos, esperando retomar el contacto personal con los operadores y buscando crecer en el negocio publicitario. Y por supuesto, estamos muy contentos por cumplir 10 años y esperamos celebrarlo cuando sea posible'.



FTTX Fiber Solutions

Fiber Headend

Headend Transmitters

Headend Receivers

EDFA

Fiber Premise

Optical Fiber Node - Mini

Optical Fiber Node - RFoG

Optical Fiber Node - MDU



Frida Media: enfocados en las necesidades de los operadores

Desde el equipo de **Frida Media**, contamos con la palabra de **Diego Torregrosa** su director comercial, quien dijo: 'Podemos decir que supimos entender hacia donde se movió el negocio y de esta forma desarrollar una estrategia para trabajar con nuestros clientes. Entendimos junto a ellos que más allá de las dificultades se podían desarrollar negocios y alternativas para seguir creciendo'.

Logros con grandes operadores de la región

'En este tiempo pudimos acordar la inserción del canal deportivo Titan Channel en las operaciones de **Millicom** gracias a este acuerdo los fanáticos de **TIGO** podrán disfrutar de las disciplinas marciales en un canal 24/7 con las mejores franquicias a nivel mundial. Por otra parte, felices y agradecidos con los directivos de **StarTV** por dejarnos compartir en todo México de la experiencia **Love Nature**, canal dedicado a los documentales del mundo animal. Con

Movistar en Perú, pudimos alcanzar un nuevo acuerdo, esta vez sumamos a su grilla la señal de deportes extremos **PX Sports**, brindando contenidos del mundo de los deportes extremos. En Bolivia hemos sellado algunos acuerdos más que importantes, con **Cotas** de Santa Cruz de la Sierra, lanzamos **Kanal D Drama**, **Love Nature**, **ZooMoo**, **DHE** y se renovó **VePlus** y **Sun Channel**; mientras que con **Comteco** de la ciudad de Cochabamba, se hizo una apuesta muy fuerte insertando a su grilla los canales de **Trace Sport stars**, **Sun Channel**, **Love Nature ZooMoo** y **Titan Channel**, los cuales se suman a **Kanal D Drama**, **DHE** y **PX Sports**'. 'Desde Frida trabajamos para tener los contenidos que los operadores necesitan dentro de sus territorios. Específicamente hablando de Titan Channel es realmente muy bueno para nosotros tener la posibilidad de distribuirlo en LATAM, ya que nos da más posibilidades de llegar a todos los mercados con un producto muy bueno y con un contenido que hoy día es



Diego Torregrosa

muy requerido', agregó.



Participación en Jornadas

Sobre su participación en Jornadas, el ejecutivo dijo 'En primer lugar sea físico o virtual nosotros queremos agradecer a cada una de las marcas que representamos y a cada uno de los clientes que confiaron en Frida por darnos la oportunidad de llegar a sus empresas y a sus negocios'. Para cerrar, Torregrosa habla de como seguirán trabajando 'Para nosotros ser parte de la industria de TV es un honor. En estos dos años hemos crecido y trabajado mucho para poder posicionarnos como un nuevo proveedor de contenidos'.

Band Internacional: Creciendo en la región

InteractTV de Brasil, liderado por **Marcelo Assumpção**, empezó un proceso de internacional de **Band Internacional** y el resto del grupo de canales del **Grupo Bandeirantes**, con contenido brasileño de calidad y sin fronteras.

Band Internacional con su canal insignia está actualmente disponible en países como Estados Unidos (el primer país de alcance, en el que se lanzó en 2007), Angola, Mozambique, Paraguay, Argentina y Uruguay, entre otros como Colombia con Claro, en un

gran paso que se hizo efectivo a fin del año pasado y que puede marcar tendencia. Por eso está buscando crecer también en mercados como México y Centroamérica.

El canal tiene una programación diferenciada para transmitir programas también de los canales **BandSports**, **BandNews TV** y **Arte 1**; todos los emisores pertenecientes al Grupo **Bandeirantes**; además de la señal de **Band TV**.

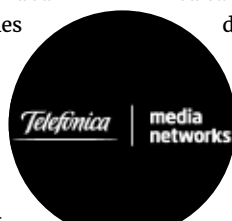


Marcelo Assumpção

Media Networks: presenta Perú Mágico

Con representación de **SGDG** de Sabrina Capurro

Media Networks estará presente en la edición 2020 de Jornadas Internacionales de Buenos Aires con representación de **SGDG** de Sabrina Capurro poniendo a disposición de la industria de TV paga latinoamericana su señal internacional **Perú Mágico**. **Perú Mágico** es una señal multiplataforma y multitemática que congrega a las comunidades peruanas en el mundo, así como a los admiradores de la



cultura peruana. Con más de 70 horas de estrenos semanales, la señal ofrece contenidos exclusivos en deportes, noticias, gastronomía, viajes y entretenimiento. **Perú Mágico** ofrece la más completa información periódica. Con 8 horas diarias de programación en vivo de la señal de noticias peruana canal N, en sus ediciones de la mañana, el medio día y la noche.

Como parte de su oferta deportiva, **Perú Mágico** transmite los mejores contenidos de las señales peruanas **Movistar Deportes** y **Gol Perú**. Transmite en exclusiva el campeonato nacional de fútbol peruano (Liga 1), además ofrece programas de actualidad de fútbol nacional, surf, automovilismo entre otros deportes.



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

Smithsonian Channel presenta sus nuevas producciones en Latinoamérica

Tras la fusión con Viacom/CBS



David Royle, VP ejecutivo y director de programación de Smithsonian Channel

En el marco de nuestro especial para Cono Sur, contamos en exclusiva la palabra de **David Royle**, VP ejecutivo y director de programación de **Smithsonian Channel**, quien habló sobre el balance de este año, alianzas y estrenos para Latinoamérica.

‘La fusión de **ViacomCBS** ha sido extremadamente positiva para Smithsonian Channel. ViacomCBS cuenta con una enorme experiencia internacional y mucha determinación, y reconoce a Smithsonian Channel como un componente valioso de su cartera de canales y estrategia de contenido. Una de las iniciativas más importantes de ViacomCBS es el recién anunciado servicio de transmisión de pago **Paramount +**, y Smithsonian Channel está incluido de forma destacada entre su oferta de siete canales, junto con grandes marcas como **CBS**, **MTV** y **Comedy Central**. También estamos teniendo interesantes conversaciones con nuestros colegas de Viacom Studios International en Buenos Aires, y esperamos trabajar juntos en proyectos conjuntos, producidos en América Latina.

Nos complace mucho ver que nuestra audiencia y alcance continúan creciendo tanto en América Latina hispanoparlante como en Brasil. Hemos podido mantener nuestro impulso durante la pandemia y estamos encantados de que **DirectTV** haya abierto nuestra

señal a todos sus suscriptores durante el verano. Tenemos una audiencia especialmente entusiasta en Chile y hemos podido ofrecer a los suscriptores de VTR una plataforma sólida y emocionante de programación VOD. En Brasil, nuestro número de suscriptores ha aumentado en **Claro NET** a pesar de las presiones que experimenta la TV de pago y nos estamos preparando para anunciar el lanzamiento de una nueva plataforma en noviembre’.

Importancia de la televisión en la pandemia

‘La televisión y el entretenimiento digital nunca han sido tan importantes para la vida de las personas como durante este tiempo de aislamiento y preocupación. Las personas están muy restringidas en cuanto a dónde pueden viajar, y los espectadores han estado buscando programas que les permitan explorar el mundo desde sus hogares. Programas como nuestras series, *América Aérea*, *Sitios sagrados*, *Trenes súper poderosos* y *Los Andes Salvajes* realmente satisfacen esa demanda, y hemos visto un aumento de alrededor del 50% en nuestro nivel de audiencia con respecto al mismo periodo de tiempo el año pasado. Además, muchos niños y jóvenes están atrapados en casa con sus familias y no pueden ir a la escuela, y para ellos contamos programas que son tanto entretenidos como educativos.

Debo añadir que hemos estado resueltos a no permitir que la pandemia nos frene y nos impida llegar a la audiencia. En septiembre ayudamos a lanzar **Santiago Wild**, el primer festival de cine de vida salvaje y medioambiente de Chile, el cual incluyó un concurso para cineastas de historia natural latinoamericanos. Estamos muy orgullosos de que todos los filmes fueron puestos a disposición del público de forma gratuita por el Ministerio de Cultura de Chile, a través de su servicio de streaming **Ondamedia**. Y en diciembre, patrocinaremos **Ficamazonia**, el

festival de cine ambiental de la Amazonía el cual se realiza en Colombia’.

Lanzamiento de nuevos programas

‘Tuvimos la suerte de tener una lista completa de nuevos programas listos para lanzar antes de la pandemia, y pudimos estrenar más de nueve series nuevas en los últimos siete meses. Hemos tenido una variedad fantástica para ofrecer a nuestro público, desde *Barcos súper poderosos* y *Trenes súper poderosos*, que lleva a nuestros espectadores en recorridos fantásticos, hasta *La vida privada de los Windsors*, que le muestra el sorprendentemente escandaloso mundo de la realeza británica. También lanzamos *Grandes Propiedades Británicas*, presentada por **Julie Montagu**, vizcondesa de Hinchbrook’.

Expectativas para 2021

‘Sabemos que habrá desafíos en 2021, y pocos esperan que la vida cotidiana o nuestra industria de medios se recuperen inmediatamente de la pandemia. Sin embargo, seguimos siendo enormemente optimistas sobre el futuro de Smithsonian Channel en América Latina. Existe una demanda real por nuestro tipo de programación objetiva y única, y como parte de ViacomCBS, confiamos en que nuestra distribución lineal aumentará y que llegaremos a nuevas audiencias a través de plataformas de transmisión OTT. Una cosa de la que pueden estar absolutamente seguros: llevaremos aún más de lo mejor de la programación factual a nuestra audiencia’.

VOD y OTT como parte clave de la oferta

‘VOD es una parte clave de nuestra oferta. Contamos con una colección de programas muy sólida, disponible en todos los formatos, desde definición estándar hasta ultra alta definición 4k. En cuanto a OTT, fuimos pioneros en ese espacio, lanzando tanto **Smithsonian Earth** como **Smithsonian Channel +**’.

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

CuriosityStream continúa expandiéndose en Centroamérica y LatAm

Con llegada a más de un millón de espectadores con Millicom



Jorge Franzini, Director de Contenidos y Desarrollo para CuriosityStream

CuriosityStream debutó en América Latina a fines del año pasado con el lanzamiento en Totalplay de México y actualmente continúa expandiéndose, Jorge Franzini, Director de Contenidos y Desarrollo para CuriosityStream, dialogó con Prensario sobre la actualidad de la empresa.

‘Continuamos con la expansión a principios de este año, con la llegada a Millicom, que llevó la marca de entretenimiento factual a más de un millón de espectadores en Colombia, Nicaragua, Honduras, Panamá, Paraguay, Costa Rica, Guatemala, Bolivia y El Salvador’.

‘Estamos ampliando nuestra propuesta de valor al mercado móvil con una oferta de contenido en español desarrollada específicamente para este tipo de dispositivos. Este año hemos visto un reconocimiento cada vez mayor de la marca que está generando un gran interés por parte de socios potenciales en diferentes territorios de América Latina’ indicó Franzini.

Audiencia récord en tiempos de pandemia

‘La gente tiene curiosidad natural, y hemos notado un aumento en la demanda de programación de calidad de CuriosityStream, particularmente durante la pandemia, lo cual ha resultado en una audiencia récord. Nuestro mantra durante la pandemia ha sido “Man-

tente adentro, Mantente curioso”. Somos una ventana al mundo desde donde reforzamos los valores de la familia latinoamericana a través de la educación y las oportunidades que surgen mediante la exploración del mundo con nuestros programas’ sostuvo el director de contenidos.

Nuevas producciones y producciones consolidadas

‘Incluso durante la pandemia, nos hemos concentrado en dar a nuestros televidentes contenido nuevo, entretenido y exclusivo. Para hacerlo, realmente hemos tenido que pensar de forma original e implementar nuevas estrategias de producción, para

asegurarnos de brindar el mismo contenido de calidad que nuestro público espera. A principios de marzo, antes del inicio de la pandemia en nuestro continente, comenzamos la producción de pro-

gramas sobre el estado del coronavirus, con las últimas estadísticas y la participación de expertos médicos a la vanguardia de la lucha contra la enfermedad. Hasta la fecha, con la ayuda de los principales peritos mundiales, hemos producido cinco episodios sobre el coronavirus para nuestra serie *Breakthrough*, que abarcan temas como la carrera hacia la vacuna y los efectos psicológicos de estar en cuarentena, todos disponibles en español’. ‘Actualmente estamos en producción de un sexto episodio que se estrenará en las próximas semanas, así como un especial que abarcará historias de todas partes del mundo y que se estrenará en el otoño. Fuera de nuestro enfoque en el coronavirus, también seguimos avanzando en nuevas producciones con cineastas de todo el mundo. Por ejemplo, nuestra próxima serie consta de 5 partes, *My Wild Backyard* (Mi patio salvaje) y presenta episodios completamente dedicados a la Patagonia y México, también disponibles en español. Por otra parte, tenemos programas originales que incluyen una coproducción con NHK titulada, *Space Phenomena and Asteroids: The Source of Life?*, nuevos episodios

de *Bright Now* y *Breakthrough*, *Rio Grande: The Great Saga*, 50 nuevas producciones que saldrán pronto provenientes de una de las principales creadoras de documentales de historia natural, *DocLight's* y *Children of the Stars* que ha demostrado ser popular. Además *Crime Scene Solvers*, *Behind the Artist* y *The Case* presentarán lo mejor en ciencias de la investigación para los amantes de los programas de crimen y misterio. Estamos ofreciendo a los espectadores la visión única de CuriosityStream sobre la historia con series como *Butterfly Effect*, *Apocalypse: WWI*, *Pompeii: Disaster Street*, *Scanning the Pyramids* y próximamente una exploración sobre lo que hace que una casa sea un hogar en *The History of Home*’, señaló Franzini.

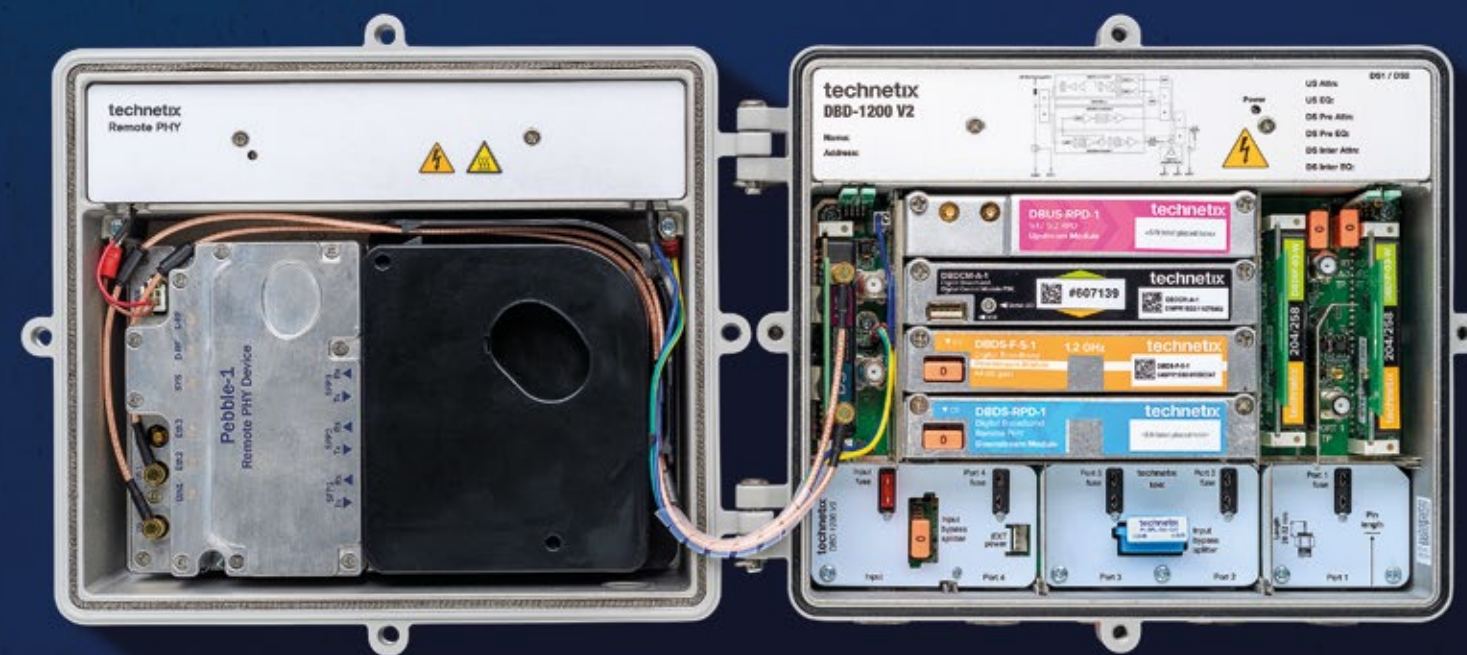
Prioridades de ventas para el resto del año

‘Los equipos de ventas están enfocados en crear más oportunidades de visualización en todas las plataformas de medios, incluyendo la telefonía móvil. Con nuestra amplia oferta de contenido, sentimos que tenemos soluciones únicas para retener el interés de los espectadores. Estamos trabajando con sólidos equipos de contenido regionales y panregionales, para facilitar a los espectadores el acceso a CuriosityStream. Además de los nuevos programas para este año, estamos ampliando nuestra oferta de programación’ agregó el ejecutivo.

Expectativas para América Latina post pandemia

‘CuriosityStream está haciendo una inversión significativa para convertirse en un canal latinoamericano para audiencias latinoamericanas. También esperamos continuar trabajando con los mejores cineastas de la región, para mostrar algunas de las increíbles historias que provienen de esta zona, a nuestra audiencia internacional. Nuestro objetivo es convertirnos en el canal de entretenimiento basado en la vida real más fuerte de Latinoamérica. ¡Ponte curiosa América Latina!’, finalizó Franzini.

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

CERTAL y UCL TV: Balance positivo para un año lleno de desafíos

Pablo Scotellaro, presidente Ejecutivo de CERTAL y presidente del Directorio de Unión Continental Latinoamérica TV – UCL TV, realizó un balance de las diferentes acciones estratégicas y eventos que se han organizado durante este año por parte de los dos organismos que preside. En la misma, resaltó que más allá de las dificultades ofrecidas por la pandemia, las empresas han logrado reinventarse y generar nuevas acciones que permitieron continuar acercándose a las sociedades de la región.

Para comenzar, Scotellaro habló sobre el Centro de Estudios en Telecomunicaciones y Regulatorio que preside, CERTAL, donde explicó que 'es un foro para que todos los sectores interesados puedan contar con herramientas útiles a fin de desarrollar políticas dinámicas y de sano crecimiento en materia de telecomunicaciones. En ese sentido, un elemento fundamental es concebir una regulación que sepa producir competencia, que garantice la existencia del libre acceso en el sector y que haya un equilibrio entre las plataformas. Por otra parte, también defendemos la libertad de expresión y la igualdad de género, luchamos contra el flagelo de la piratería y el derecho y libre acceso a la información para que la comunidad internacional reflexione sobre la situación de opresión que viven numerosos medios de comunicación en América Latina'.

Las telecomunicaciones marcan la importancia de una nueva era

Acerca de las acciones realizadas durante este año, el presidente Ejecutivo de CERTAL, resaltó los eventos que se han efectuado a pesar de la situación sanitaria de la región y el mundo: 'En agosto comenzamos con una participación en **Asunción & Bolivia Media Show Onlin**, en una mesa sobre las lecciones aprendidas en regulación y telecomunicaciones durante la pandemia, y en la cuál participaron ministros, reguladores y representantes de la OEA-CITEL. En

septiembre, organizamos nuestra **Cumbre Digital 2020**, un evento distinto y una realidad distinta, pero donde el espíritu de CERTAL se mantuvo, construyendo permanentemente una mejor sociedad a través de las organizaciones y empresas de telecomunicaciones. Tuvi- mos recientemente un webinar dialogando

sobre el rol de las telecomunicaciones en la nueva realidad con importantes figuras de carácter político, regulatorio y empresarial y, para finalizar, estamos organizando para el mes de diciembre una conferencia de libertad de expresión e igualdad de género', comentó el presidente Ejecutivo.

Scotellaro destacó también el trabajo que viene realizando el 'Grupo de Washington', un foro político, académico y empresarial que surge a partir de la Cumbre 2019 de CERTAL, realizada junto a la Comisión Interamericana de Telecomunicaciones – CITEL en la Sede de la Organización de los Estados Americanos – OEA en Washington D.C: 'Aquí es donde se unifican y convergen distintas líneas del pensamiento universal y esta integrado por representantes políticos del mundo, ejecutivos de las grandes empresas de telecomunicaciones y medios de comunicación, periodistas, organismos reguladores, jueces y fiscales, académicos, libres pensadores, etc.; y tiene como objetivo promover el debate y la reflexión sobre la situación actual de las telecomunicaciones y las tendencias de sectores altamente dinámicos de la economía global, favoreciendo el encuentro e interacción entre el sector privado y el sector público'.



Pablo Scotellaro, presidente Ejecutivo de CERTAL

Una señal con distribución para todas las Américas y el mundo

En relación a UCL TV, señal que llega con contenidos regionales y de alta manufactura audiovisual a más de 30 millones de hogares en países como: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, España, Estados Unidos, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Venezuela y Uruguay a través de las diferentes empresas de televisión por abonados de las Américas y plataformas digitales; el presidente del Directorio de UCL TV, comentó que 'se han realizado acuerdos de distribución con fabricantes de aplicaciones para Smart TV como **ZEASN**, donde marcas de la talla de **Philips, TCL, Haier, AOC, Sharp, BenQ, Huawei** y otras vendrán con el acceso directo a la señal. Asimismo, APP's en América, Estados Unidos y Europa, tienen en su grilla la señal de UCL TV, con lo cuál ha aumentado exponencialmente su distribución a casi 80 millones de personas alrededor del mundo'.

En cuanto al aumento de su distribución y la generación de alianzas dijo: 'Estamos muy contentos con la actual aceptación de nuestra señal, pero eso nos ha motivado a seguir creciendo para llevar las producciones propias y otras de la región a todos los públicos de las Américas. Hoy estamos en condiciones de adelantar que UCL TV ya realizó acuerdos para ser distribuido por las plataformas de **CLARO, DirecTV** y **Millicom** en varias operaciones', finalizó.

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®

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

Junto a otros ejemplos de producción presencial y remota



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.

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.



Jonathan Blum



Carlos Cabrera

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 y, 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.

Soluciones de Extremo a Extremo GPON & XGS-PON

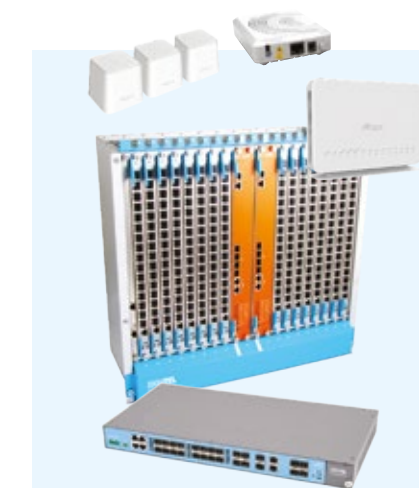
LINDSAY
BROADBAND

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



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

TV5 Monde: Imagen y programación renovada para toda América Latina

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.

RT en Español se mantiene como una de las principales fuentes de información

Con 18 millones de personas semanalmente en LatAm

RT en Español, el primer canal de televisión ruso en idioma castellano con señal de alcance mundial. Comenzó a emitir desde Moscú durante 24 horas al día y 7 días a la semana en diciembre de 2009. A lo largo de estos años, la cadena ha sido calificada como una de las principales fuentes de información alternativas en Occidente, dado que a menudo cubre temas ignorados por los medios de



comunicación de masas del 'mainstream'. Según una investigación de la compañía internacional **Ipsos**, dieciocho millones de personas ven RT cada semana en diez países de América Latina. Desde sus estudios en Moscú y gracias a la colaboración de sus corresponsales en Madrid, Buenos Aires, Caracas, La Habana, México, Washington y Miami, el equipo de RT ofrece noticias de forma ininterrumpida, así como reportajes,



Victoria Vorontsova - Directora de RT en español

entrevistas y programas especiales en el ámbito de la política, la economía, la sociedad, la ciencia o los deportes.

NHK World-Japan expande horizontes como la opción más confiable

NHK World-Japan es el servicio internacional de NHK, la emisora pública de Japón, que bajo el lema Horizontes en expansión (Widening Horizons), transmite las últimas novedades de Japón y Asia por televisión, radio e internet para una audiencia global. Bajo el liderazgo de **Masaru Shiromoto**, presidente y CEO de **Japan International Broadcasting Inc. (JIB)**, agente de distribución oficial para NHK World-Japan, broadcaster crece en su distribución internacional sostenidos en tres objetivos centrales: Ser la opción más

confiable, ampliando la perspectiva de la audiencia y mostrar la realidad de Japón y Asia. 'Somos el servicio internacional de NHK, la única emisora pública de Japón. Por televisión, radio e internet, llegamos al mundo entero en múltiples idiomas, ofreciendo noticias fieles e imparciales, y diversos contenidos de calidad', explicó Masaru Shiromoto. Para ampliar la perspectiva de la audiencia, el ejecutivo detalló que 'nuestros comentarios y



Masaru Shiromoto, presidente y CEO de Japan International Broadcasting Inc.

análisis especializados le darán a conocer un enfoque japonés y una nueva percepción de los acontecimientos de actualidad, así como maneras distintas de ver el mundo'.

cloudPVR

Petabytes of recording at your fingertips

broadpeak
We Deliver the Future of Television

www.broadpeak.tv

TV Agro: Presente en 16 países de Latinoamérica

Se incorporó a DIRECTV Colombia

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 Condist**, **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**,



Piedad Martínez, responsable comercial de Global Media

¿Que es la belleza?

Belleza es:

- Garantía internacional de 1 año
- Empalme RÁPIDO de 8 segundos
- ULTRA-RÁPIDO Reducción de calor de 10 segundos
- Sistema de alineación de perfil de fibra (PAS) de núcleo a núcleo
- Kit de 15 piezas con todo incluido con cuchilla de precisión



El nuevo MUL-FSPLICE-150 Fusion Splicer de Multicom no solo es hermoso, es resistente, compacto, liviano y está garantizado para funcionar en cualquier lugar, incluidos los ambientes exteriores hostiles, el trabajo oscuro y remoto.

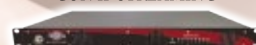
¿Pero qué es lo más hermoso?
El precio

ENCODER DIGITAL HD DELUXE



Transmita contenido HD a un número ilimitado de televisores

ENCODER/MODULATOR CON IP STREAMING



Resolución de video de la más alta calidad

CH2-118 TOTALMENTE ÁGIL



Los moduladores de canal fijo pueden ser cosa del pasado



www.multicominc.com | 407-331-7779

Multicom mantiene en stock mas de 20000 productos provenientes de los 380+ fabricantes principales del la industria. Estos productos se utilizan para adquirir, procesar, y distribuir señales de television, data, voz, seguridad y señales inalámbricas, atravez de fibra optica, cobre y coaxial.

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 **Asocébú**, 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.

Producciones en 4K para el Cono Sur y Centroamérica

Con la señal en HD, el sonido de los animales y los colores del campo se potencian 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. Entre ellas podemos destacar a Chile, Argentina, Brasil, Perú, Colombia y Centroamérica, como también en otras regiones como 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'.



USTED. NOSOTROS. JUNTOS.

Hacemos que la comunicación suceda.



Para más información:

www.ptsupply.com



Contáctenos al:

1-800-238-7514



Via email:

marketing@ptsupply.com

InsightTV: trae su éxito mundial a Latinoamérica

Explorando comunidades

Marco Frazier, SVP de SVP Insight TV Studios EE.UU. y Latinoamérica, destacó como fue el nacimiento de la compañía en el año 2015: 'Comenzamos en como un estudio de producción enfocado en contenido 4K UHD HDR. No había mucho contenido 4K en 2015 ni muchas empresas que produjeran, por lo que los fundadores identificaron una clara brecha en el mercado, ya que estaban acumulando una biblioteca significativa con todos los derechos y propiedad intelectual de Insight TV. Construyeron una excelente posición para lanzar su propio canal UHD con un posicionamiento y una marca que era totalmente único en el mercado de la televisión'.

Crecimiento exponencial

Ante su presencia en 46 países en tan solo 5 años remarcó 'Insight TV tiene como objetivo llegar a 50 países a principios del próximo año. Creemos firmemente en nuestra propuesta de valor, que consiste en conectarnos con las

comunidades de moda de todo el mundo a través de una narración auténtica y convincente. Los espectadores Millennial y Gen-Z se relacionan y se inspiran en las personas e historias que ven solo en nuestros canales, con nuestra programación 100% original'.

Explorando comunidades en tendencias

Dentro de sus nuevas propuestas y búsquedas en contenido destacó 'Todo el contenido se graba en 4K UHD HDR nativo y hemos trabajado con muchas compañías de producción, incluidas **Zig Zag Productions, Fast Fokus, Villain Studios** y más. Con historias de personas influyentes enfocadas en la narración detrás de la acción que hacen a nuestra programación atractiva. Por ejemplo, en nuestra nueva serie original *Ultimate Goal*, escuchamos a las mujeres participantes que compiten por la oportunidad de jugar al fútbol en un club profesional, cada una tiene una



Marco Frazier, SVP Insight TV



historia única y muy personal de cómo llegaron a involucrarse con el deporte que es con lo que el público puede relacionarse e inspirarse'.

Objetivos en América Latina

En relación con América latina, Frazier dijo 'Nuestro objetivo es ampliar el conocimiento de nuestra marca, programación y la distribución segura de nuestros canales en toda la región. Lo estamos haciendo con la ayuda de **2BeNamed**, quienes están enfocados en presentar los canales lineales y digitales de **Insight TV**, incluidos *Insight TV, InWonder, In-Trouble* e *InWild*, y el servicio SVOD a múltiples potenciales socios distribuidores'.

TyC Sports: Noviembre se prepara para las Eliminatorias Sudamericanas

El Mundial de Qatar comienza a jugarse en TyC Sports con la transmisión de las Eliminatorias Sudamericanas, el evento que reúne en un solo torneo a las figuras más importantes del fútbol que semana tras semana brillan en las principales ligas del planeta.

TyC Sports es el canal de la Selección Nacional y transmite todos los partidos de Argentina y los encuentros más importantes de cada fecha. El 12 de noviembre Argentina enfrentará de local a Paraguay, mientras que el 17 de noviembre Perú recibirá a Argentina 17. Toda la pasión de los fierros se vive en TyC Sports junto al equipo **Carburando**, la marca que desde hace 60 años lleva a todos los hogares las carreras de *Super TC 2000*, *TC 2000* y el *Top Race*. Los fanáticos del pugilismo vibran gracias a las mejores veladas nacionales e internacionales de todas las categorías en **Boxeo de Primera**. Todos los viernes y sábados a las 23 horas. **Superfútbol**, se encarga de analizar y debatir los temas más importantes. Con la conducción de

Diego Díaz, de lunes a viernes de 12:00 a 14:00 hs. En **Liberio**, Ariel Rodríguez y Ariel Senosiain se unen para que la tarde explote de fútbol con una mirada analítica. De lunes a viernes de 14:00 a 15:30. Pablo González y Fernando Lavecchia presentan **Planeta Gol**, la manera más entretenida de disfrutar del fútbol con el imperdible show de goles, patadas, atajadas, burradas y curiosidades que ya es un clásico de la TV. De lunes a viernes de 15:30 a 16:30. TyC Sports presenta **Sportia**, con las novedades de la jornada de la mano de Gastón Recondo, Jessica Dorado, Pablo Lamédica y Alejandro Fabbri con la cobertura de la actualidad. De lunes a viernes de 17:30 a 19:00, los sábados de 12:00 a 20:00, y los domingos 15:00 a 20:00. En **Presión Alta**, Ariel Rodríguez es el director técnico del equipo que presiona en todos los sectores de la cancha y debate los temas más polémicos del fútbol argentino. Informes especiales e invita-



dos. De lunes a viernes de 19:00 a 21:30. **Programa Sin Nombre**, la charla futbolera que se anima a decir lo que nadie se atreve con un toque de ironía, humor y sarcasmo. De lunes a viernes a la medianoche. Gonzalo Bonadeo impone su sello al mediodía del domingo en **#BONADEO**, un magazine deportivo, dinámico y entretenido. Los domingos de 13:00 a 15:00. En **Estudio fútbol**, los periodistas salen a la cancha para analizar y debatir todo lo que dejaron los partidos del fin de semana. Los domingos a las 20:00.

TyC Sports

SVC.

INTEGRANDO SOLUCIONES

GRACIAS A TODOS LOS CLIENTES POR CONFIAR EN NOSOTROS.



ARISTA

JVC



telestream

FOR.A

Litepanels

ANTON BAUER

ATTO

autoscript

AVP

APOGEE

BELDEN

CANARE

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



Llegamos para darle
soluciones



info@bvstv.com - www.bvstv.com



<http://virtualshow.bvstv.com/>

Caper 2020: reconvertir la industria

Durante años, la reunión anual de la Cámara Argentina de fabricantes y distribuidores de equipos de radiodifusión se realizó en el complejo Costa Salguero. Este año, producto de la pandemia, la reunión se tuvo que reconvertir a digital y abandonar el mencionado centro. Todo parece indicar que quizá, la del año pasado, haya sido la última edición que reunía a la industria a orillas del Río de la Plata, ya que en CCS tendrá que abandonar ese predio.

Pero esta reconversión a Digital tiene una correspondencia directa con lo que le pasa a la industria. Hoy los equipos de televisión, cine, radio y hasta audio profesional también se tuvo que reconvertir a digital, y si bien la mayoría de la industria ya se encontraba transitando esa reconversión, la emergencia sanitaria aceleró los procesos y hoy casi todas las producciones tienen un componente virtual, lo que obliga a las productoras a ser cada vez más creativas e implementar servicios y soluciones que permitan el trabajo remoto, sin comprometer la calidad, pero la más importante, sin impactar fuertemente en el bolsillo de dichas productoras, que cada vez tienen que luchar con presupuestos dolarizados y la baja de ingresos por publicidad.

Pero no todo es tan malo como parece, en este contexto, la mayoría de los canales, radios, productoras, casas de cine, y audio profesional tuvieron un buen movimiento, ya

que el público, (televidente, oyente, asistente, etc.), al tener que quedarse en sus casas, aumentó el consumo de entretenimiento, esto en alguna medida aumentó también el trabajo de algunos. Inclusive hasta se lanzó un nuevo canal de noticias en plena pandemia.

Como mencionamos el año pasado, la crisis económica argentina, con sucesivas devaluaciones de la moneda local que, por un lado, complican la adquisición de equipamiento, por el otro, abren oportunidades a emprendimientos internacionales por el abaratamiento de los servicios de producción medidos en dólares. En este sentido, hay un lento progreso en la concreción de proyectos de coproducción con otros países. Ya el año pasado se realizaron trabajos para productoras internacionales como Netflix, HBO y Amazon, y proyectos conjuntos con programadoras de TV paga como Turner, Discovery, y otros que permiten exponer el producto local en otros países y mejoran la ecuación económico-financiera de la producción local.

Digitalización

Como contrapartida, sigue estancado el proceso de conversión a digital de la TV de aire, cuya concreción representaría una fuerte demanda de equipamiento y a la vez la liberación del espectro actualmente utilizado por las emisoras, posibilitando la expansión de las telecomunicaciones inalámbricas con vistas a la tecnología 5G y el Wi-Fi6.

Lo mismo puede afirmarse en relación a la iniciativa TDA, de las 48 licitaciones previstas solo se concretaron 24 y todavía falta mucho para llegar a esa propuesta inicial.

Streaming

Los nuevos sistemas de streaming (Disney, PrimeVideo de Amazon, Peacock de NBCUniversal, Apple) ampliará la demanda de banda ancha por parte de los usuarios. Parte de esta demanda será abastecida por los propios cableoperadores que en su mayoría 'salvo en Uruguay, donde Antel tiene un monopolio' ya vienen ofreciendo el servicio. Otra parte será cubierta por las telcos y los ISP (Internet



Ricardo Solari, presidente de Caper en la inauguración virtual del evento

Service Providers), y quedará una ventana de oportunidad para nuevos jugadores, a quienes se define como MVPD (Multichannel Video Programming Distributor) y estarían en condiciones de ofrecer programación de diferentes servicios de streaming a un precio más accesible que la suma de las suscripciones a cada uno de ellos.

Para los proveedores de equipamiento, esta apertura representa una oportunidad, por cuanto se multiplicarán los productores de contenidos y también los mecanismos



Los ingenieros de sonido Jose Chilitos Valenzuela y Pichon Dal Pont, participaron de una mesa redonda moderada por Alejo Smirnoff

de distribución. El streaming tiene una característica que lo diferencia del negocio tradicional de los estudios de Hollywood. El producto envejece muy rápidamente y es necesario reponerlo constantemente con más novedades. Es decir, mayor producción. La parte financiera del negocio de streaming sigue siendo un enigma, pero ese no es un problema de equipamiento.

SONY

Cámara PTZ BRC-X400
Mitrófono IP MAS-A100
Monitor Bravia Pro FW-55BZ35F
Control PTZ IP RM-IP500
Cámara Compacta PXW-Z90
Monitor Médico LMD-X2705MD
Control Remoto de Cámaras RM-BP30
Switcher Compacto MCX-500
EDGE Analytics REA-C1000
Optical Disc Archive ODS-D380U

SOLUCIONES ESCALABLES DE VIDEO

TOMA EL CONTROL DE TUS TRANSMISIONES

COMO UN PROFESIONAL

CON SOLUCIONES ESCALABLES DE VIDEO QUE SE ADAPTAN A TUS NECESIDADES

WWW.PRO.SONY



Los Ingenieros Luiz Fausto (Globo TV Network), Luis Silva Tapia (ex Chilevisión y Canal 13 de Chile) y Eduardo Bayo (Artear), hablaron sobre el futuro del ISDBT

Caper 2020: reconvertir la industria

Radio

En lo que hace a la radio como medio, su consumo ha migrado de un uso colectivo en un lugar fijo 'el hogar, la fábrica, un comercio' a un consumo individual y móvil. En ciudades como Buenos Aires, muchas emisoras AM enfrentan problemas de recepción cuando el usuario se va desplazando en un vehículo, pero ello no parece desalentar a los entusiastas, que lo toman como cosa natural. Tal como hemos señalado anteriormente, la radio como medio se ha instalado en la mente del público como la opción local en tiempos de globalización. En este sentido, la cercanía percibida del emisor con el oyente le ha permitido mantenerse en un nivel de masividad superior a lo pronosticado por los profetas de la televisión como medio dominante.

En los últimos años, el gobierno argentino ha concedido numerosas licencias y regularizado la situación de muchas emisoras que anteriormente funcionaban de manera clandestina ante la tolerancia de las autoridades. Esto ha redundado en mayores seguridades para la compra de equipos para estudios, exteriores y transmisión, que se traducido en una mejora en el conjunto de la situación.

La experiencia Virtual

Luego de una primera jornada accidentada por problemas técnicos Caper logró superar esos inconvenientes y realizó unas presentaciones impecables. Lo que sorprendió hasta a los organizadores, fue la gran convocatoria que lograron, en un contexto sobresaturado de propuestas virtuales. Según información

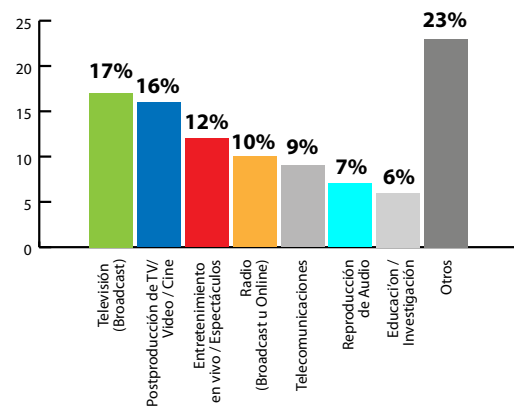
brindada por la organización hubo más de 3700 inscriptos, llegando a tener conferencias en las que han reunido a más de 350 participantes.

Uno de los datos que más llamó la atención al revisar los analytics de la exposición, es que el promedio de visualización estuvo en algunos casos en 75 minutos por charla, con visitantes de Colombia, Perú, Chile, Uruguay, Bolivia y obviamente el 90% de Argentina, ratificando la importancia que tiene la muestra a nivel internacional.

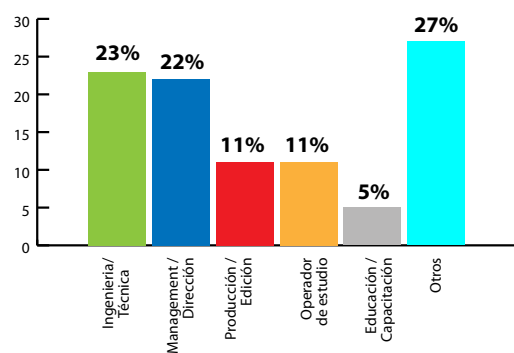
María Pilar Orge destacó que: 'Para un año muy difícil, la verdad que nos pareció muy buena la cantidad de gente que participó y que seguirá participando ya que todas las charlas y workshops los dejaremos disponibles en la plataforma, al menos durante todo noviembre'. A medida que se vayan difundiendo los canales de visualización en nuestra web iremos dejando los links a cada charla. María Pilar no quiso dejar de mencionar y agradecer a 'todos y todas las disertantes y a las organizaciones del sector, asociaciones, cámaras, cooperativas, y representantes de la industria que fueron fundamentales para la consecución de los resultados obtenidos. Fueron colaboraciones desinteresadas, con el fin común de buscar el movimiento del sector, para estar preparados para el 2021 donde esperamos que todo mejore y

19-30 OCT
CAPER 2020
Virtual
BROADCAST CABLE SATELITE CINE ILUMINACIÓN AUDIO

Indique cuál de estas actividades representa mejor su empresa



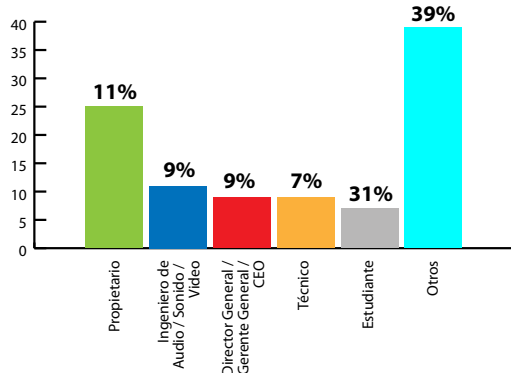
Área en la que se desempeña en la empresa



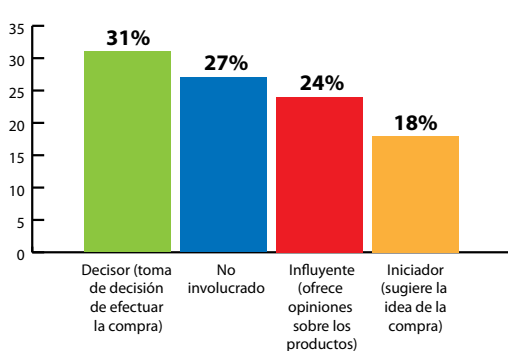
repunte la industria', concluyó Orge.

Sobre el futuro de la feria, 'Van a quedarnos muchas enseñanzas con esta experiencia. Y lo más probable es que en próximas ediciones haya un mix de estas cosas. Para esta edición armamos debates con gente de Los Ángeles y otros que participan desde Brasil, Chile, etc. Antes esto no era tan fácil porque teníamos que invertir en pasajes y alojamiento, ver la disponibilidad de agenda de cada uno. Este tipo de cosas hace que nos demos cuenta de los beneficios. Ahora podemos reunirnos fácilmente, antes no teníamos la tecnología para hacerlo. Yo creo que los workshops y debates se pueden llevar a cabo de buena manera en este contexto', destacó Domingo Simonetta de SVC.

Cargo o función en la que trabaja



Rol en la compra



Camcorder de mano ideal para entornos corporativos, educativos y videoblog

SONY HXR-MC88

Camcorder con sensor CMOS Exmor RS™ tipo 1.0 con AF Fast Hybrid, zoom 48x, y grabación AVCHD

Exmor RS BIONZ X AVCHD Progressive

Sony Authorized Dealer



HXC-MC2500

Camcorder AVCHD HD / SD con sensor Exmor R CMOS de 1/4", graba directamente en una tarjeta de memoria extraíble o en una memoria flash interna de 32 GB en HD/SD.



HXR-NX200

Camcorder con gran sensor tipo 1.0 y nueva tecnología de reproducción de colores para ofrecer una extraordinaria calidad de imagen 4K o Full HD.



PXW-Z280

Sensor 3 CMOS 4K de tipo 1/2 con gran profundidad de campo que pone el máximo rendimiento 4K HDR posible al alcance de tu mano.



HXR-NX5R

Camcorder Full HD AVCHD / XAVC S con 3 sensores Exmor CMOS de 1/2, 8", zoom 20x con zoom de imagen nítida y conexión inalámbrica integrada.



PXW-Z90

Camcorder compacto con calidad televisiva 4K HDR, enfoque automático híbrido y salida 3G-SDI.



PXW-FS5MIK

Camcorder XDCAM con sensor Super 35mm, captura imágenes de video en UHD/HD. Con montura para lentes tipo E.



HXR-NX80

Compacto camcorder NXCAM con sensor CMOS Exmor RS™ de tipo 1.0 y flujo de trabajo HDR inmediato, XAVC S, enfoque automático



PXW-Z150

Camcorder de mano compacto ofrece calidad de emisión 4K y Full HD en HDR.



PXW-FS7MIK

Sorprendente camcorder 4K/XDCAM Super 35mm con capacidad de cámara superlenta continua y sistema de objetivos con montura E compatible con variedad de objetivos.



HXR-NX100

Camcorder NXCAM profesional Full HD compacto y con grabación multiformato con DV, AVCHD y XAVC S. Objetivo G de Sony con zoom máximo de 48x.



PXW-Z190

Camcorder de mano 4K con 3 CMOS de tipo 1/3 totalmente nuevo con capacidad de grabación 4K a 50p/60p, objetivo con zoom 25x y AF con reconocimiento facial avanzado.



Véa toda la información de nuevos productos y tecnologías
SONY

<https://www.viditec.com/sony>

*Las imágenes mostradas son a modo ilustrativo

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

viditec

@viditec

viditec.com

Viditec

Artear sigue apostando a la calidad en sus producciones

Eduardo Bayo, gerente de Tecnología de Artear, destacó las prioridades de la empresa para lo que queda del año: 'Nos concentramos en mantener el nivel y calidad de la producción. Esta emergencia nos obligó a perfeccionar nuestros procesos de trabajo a distancia y desarrollar métodos en las que esa práctica no se aplicaba. Nuestro principal aliado fue todo el personal, aportando ingenio, esfuerzo y

trabajo para que todo siga casi sin cambios en el aire de todas las señales y sitios en línea. Contamos también con el apoyo de empresas que nos acercaron herramientas para poder cumplir con nuestros objetivos, entendiendo el momento que la sociedad y la industria estaba cursando'. Para concluir, el ejecutivo cuenta que se centraron en el avance de nuevas

arte ar



Eduardo Bayo, Gerente de Tecnología de Artear

tecnologías, y la selección de productos para mantener las facilidades funcionando a pleno, y con máxima capacidad de producción.

ViacomCBS: prioridad en la infraestructura tecnológica

Santiago Guimerans, VP de Tecnología y Operaciones de ViacomCBS Cono Sur dijo: 'En el último año puntualmente nos hemos focalizado en la implementación de sets virtuales con Tracking usando la tecnología de Ncam/Vizrt, dando soporte a los diferentes segmentos de Telefe Noticias en todas sus plataformas. Asimismo, hemos incorporando

la tecnología de transcoder colofront en el área de postproducción de contenidos de ficción en 4K HDR para entrega de IMF. Durante este año, una de sus prioridades fue optimizar en la infraestructura tecnológica. Como la migración a HD de Telefe Tucumán, una de las ocho señales del interior argentino. Y en segundo lugar, ya comenzamos con la puesta



Santiago Guimerans

a punto de un nuevo control de estudio para Big shows y Entretenimientos World Class que vamos a equipar también con tecnología de última generación'.

Disney + llega a Latinoamérica el 17 de Noviembre

El OTT de The Walt Disney Company generó una gran expectativa en vísperas de su llegada a la región, Prensario dialogó con Jorge Notarianni, CTO de TWDC 'Además de seguir trabajando en nuestra oferta de canales lineales y experiencias, estamos enfocados en el desembarco de Disney+ que llegará el 17 de noviembre para audiencias de toda Latinoamérica. Todos los títulos originales pro-

ducidos por y para Disney+, así como las colecciones completas de Disney, Marvel, Pixar, Star Wars y National Geographic. Durante estos meses fuimos buscando formas de optimizar la tecnología que teníamos para facilitar la modalidad de trabajo: desde las formas de conectividad con las diferentes oficinas, hasta acercar determinadas herramientas

Disney+



Jorge Notarianni

a aquellas personas que lo necesitaban. La situación nos permitió buscar alternativas para incrementar el nivel de actividad de muchas áreas que encontraban desafíos en el trabajo remoto'.

Digital Productions Group y NonStop TV presentan ALL ARENA

La compañía norteamericana Digital Productions Group, en alianza con la argentina NonStop TV, anuncian el lanzamiento de ALL ARENA, un nuevo servicio internacional de streaming multiplataforma que ofrecerá todo tipo de espectáculos en vivo y On-Demand desde múltiples países. Con todo el know how

y la experiencia de NonStop TV (productores y realizadores de contenidos para compañías como Disney, Netflix, Amazon, entre otros importantes grupos internacionales), el diferencial que ofrece radica en tres elementos fundamentales: la alta calidad de la factura de sus producciones audiovisuales, una experiencia de

uso única por el empleo de una app con acceso multidispositivo, y la solidez y seguridad de la plataforma tecnológica que soporta el servicio de streaming. Además, garantiza un streaming seguro y de alta calidad con el respaldo de importantes firmas tecnológicas como, por ejemplo, Amazon Web Services (AWS).



Turner: El retorno de inversión es el foco de la industria de TV

Alexis Collao, CTO en Turner Chile, remarcó la importancia de las herramientas que permitan una correcta calibración del ROI. 'En estos momentos creo que es el foco de toda la industria de TV'. También destacó su adaptación durante este año: 'Activamos diversos flujos de trabajo, tanto técnicos como operativos, apuntando a habilitar el proveer acceso remoto a casi el 90% de los usuarios (habilitando VPN,

políticas de seguridad, políticas de acceso a las facilidades, entrega de equipos, etc). Afinar todos estos workflows, requirió la implementación de nuevas modalidades de trabajo (Home Office, Home Studios, Remote Edition, Remote Production, etc). Durante este proceso, la comunicación ha sido fundamental, las áreas Tecnológicas

turner



Alexis Collao, CTO en Turner Chile

y Operativas, han sido los artífices de la elaboración y mejora continua de los nuevos flujos de trabajo remoto y de orientar en esta "Transformación Digital".

Mega seguirá apostando a la automatización y almacenamiento

Saúl Ureta Medina, Gerente de Ingeniería y Operaciones Técnicas en Mega, destacó a Prensario la tecnología incorporada en el último tiempo en la cadena de TV Chilena: 'En el último año incorporamos tripodes robóticos Camboot de Ross Video en los estudios de Prensa. Realizamos un up-grade a nuestro puente de monitoreo y recepción satelital, ampliando la capacidad de un puesto

de trabajo a tres puestos de trabajo. Seguimos avanzando a futuro con la instalación de algunas estaciones de televisión digital, de acuerdo al plan de migración del año 2019'. En cuanto a las mejoras, Saúl destacó 'Instalamos un videowall en base a monitores Samsung en el estudio de Prensa, 4 mochilas Live U al flujo de noticias y producción y drones para la cobertura de noticias. Compramos iluminación



Saúl Ureta Medina

robótica para apoyar la puesta en escena. Eso es a grandes rasgos lo que realizamos el último año y lo que apuntamos'.

TVN lanza campaña "Encontrémonos" y reposiciona el concepto de canal público

TVN está lanzando su renovada imagen de marca bajo el concepto de "Encontrémonos" que puede verse en su pantalla, sitio web y redes sociales. La propuesta multiplataforma se sustenta de un nuevo propósito para el canal que se traduce en ser un punto de encuentro entre las personas y sus diferentes miradas. Francisco Guijón, director ejecutivo, comentó: 'TVN siempre ha destacado por sus

propuestas innovadoras y que conectan con la ciudadanía. Este cambio de propósito y modernización de la marca obedece a nuestro rol de canal público de ser un hilo conductor que representa el común de todos. En estos momentos, queremos ser un medio que genere confianza, y un lugar donde se encuentren y dialoguen los distintos puntos de vista en un entorno en constante cambio, el interés pú-

blico siempre será nuestra prioridad, sirviendo a todas las audiencias a través de la entrega de programas distintivos y de alta calidad que informan, educan y entretienen'.

TVN



Francisco Guijón

UNITEL confió en Brainstorm para las elecciones de Bolivia

La cadena UNITEL desplegó una intensa cobertura en las últimas elecciones con los gráficos de Brainstorm, la compañía especializada en soluciones de grafismo 3D en tiempo real, sets virtuales y realidad aumentada en tiempo real. Los cuales consistían en hemiciclos para senadores y diputados, mapa explicativo y gráficos de resultados por candidatos. En las Elecciones

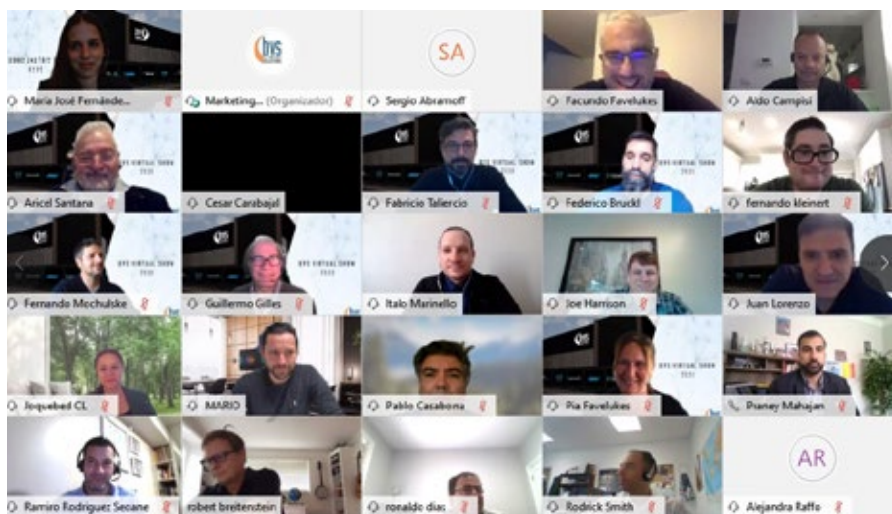
2020, InfinitySet y Aston han sido claves para la generación de los gráficos basados en datos en tiempo real y su representación en forma de realidad aumentada mostrada en interacción con los presentadores de la cadena. 'La tecnología de Brainstorm, con InfinitySet y Aston, nos ha permitido informar y entregar los datos de una manera precisa con elementos virtuales, realidad aumentada y gráficos



on-air en tiempo real con datos del resultado de las encuestas y los cómputos oficiales', dijo Andrés Guerra Vergara, Director de Producción y Programación de UNITEL.

BVS Virtual Show

Con las novedades de sus marcas



Encuentro BVS Virtual Show

En un encuentro online exclusivo para la prensa especializada, **BVS Technology Solutions**, la empresa proveedora de soluciones de infraestructura y comunicaciones, presentó **BVS Virtual Show**, un stand digital que permite dar a conocer todas las novedades de sus partners.

El encuentro online fue realizado el jueves 22 de octubre, a través de la plataforma Cisco-Webex, y contó con la presencia de **Facundo Favelukes**, presidente de **BVS** junto a **Juan Ignacio Lorenzo**, su director comercial; ejecutivos de sus marcas representadas y periodistas especializados de Latinoamérica.

En vivo, se pudo navegar el sitio <http://virtualshow.bvstv.com/> mientras cada partner exponía, desde su lugar, los logros obtenidos en un año difícil atravesado por la pandemia del coronavirus. Todos coincidieron en destacar el esfuerzo y capacidad de adaptación de BVS para estar cerca de los clientes. Respondiendo a las preguntas realizadas por los periodistas, Facundo Favelukes, contó acerca del trabajo en equipo que se encuentran realizando entre sus oficinas de Buenos Aires (Argentina), Montevideo (Uruguay), Asunción (Paraguay), Santiago (Chile) y Miami (Estados Unidos), y cómo siguen avanzando con el crecimiento de la compañía a nivel regional desde todas sus verticales: *Media & Entertainment, Service-Provider, Retail, Manufactura, Banca, Oil& Gas,*

Healthcare&LifeSciences, Sector Público, SMB (Small and Medium Business) y Servicios.

‘Estar cerca de nuestros partners y clientes es parte de nuestro ADN, por lo que



Facundo Favelukes, presidente de BVS Technology Solutions

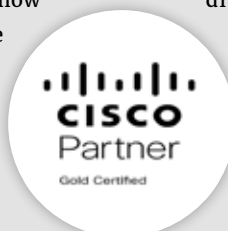


Juan Ignacio Lorenzo, director comercial de BVS Technology Solutions

Cisco presentó sus soluciones en Caper Show 2020

BVS Technology Solutions está exhibiendo las novedades de Cisco, hasta el viernes 30 de octubre en Caper Show 2020, como parte del portfolio de marcas que BVS representa en Argentina.

Siendo líder global en tecnología para Internet, Cisco ha permitido el funcionamiento de Internet desde 1984. Su equipo, sus productos y sus partners ayudan a la sociedad a conectarse de forma segura y aprovechar hoy la oportunidad digital del futuro.



La compañía lleva en su haber diversos casos de éxito de grandes empresas de diversas industrias en Latinoamérica. Sus clientes han implementado exitosamente las soluciones de su portfolio para resolver necesidades de negocio, y dar un paso hacia su transformación digital. Cisco inspira nuevas posibilidades al reinventar sus aplicaciones, proteger sus datos, su infraestructura y empoderar sus equipos para un futuro global e inclusivo.

seguimos en ese rumbo aún en esta nueva normalidad. Sabemos que las crisis pasan, pero los equipos quedan. Nuestro nivel de adaptación es fundamental y además es lo que nos diferencia. Este año es uno de los más complejos, pero estimamos que en 2021 el negocio va a tener más capacidad y velocidad de adaptación, por lo que vamos a poder seguir capitalizando las nuevas oportunidades’, dijo Facundo.

Mientras que Juan Ignacio Lorenzo, director comercial de BVS Technology Solutions, completó: ‘Estamos trabajando en muchas soluciones colaborativas, lo cual nos permitió reducir la complejidad para cerrar proyectos con nuestros clientes en este nuevo escenario. Ellos conocen nuestro liderazgo y expertise y eso es una ventaja para nosotros’.

VideoSwitch

DIGITAL INNOVATION

OCR SUBTITLE TRANSCODER

OCR-1000

Conversor de Subtítulos DVB-SUB a DVB-TXT por reconocimiento óptico de caracteres (OCR)



OCR-1000 es la solución definitiva para que los proveedores OTT puedan entregar subtítulos DVB gráficos a dispositivos Apple®, Android® y Chromecast®

Vista de Subtítulo

Stream 224.2.2.6001

Propiedades	
DVB PMT PID	5064
DVB Sub PID	2584
Out TS id	1
Out Program #	64
Out PMT PID	5064
Teletext PID	101
Teletext Type	2
Teletext Magazine	0
Teletext Page	88
Teletext Line	0
Límite de descarte de la conversión (ms)	5000
Límite de conversión (ms)	0

Alarmas	
Alarma de Conv -> ocurrencias	0
Alarma de Conv -> tiempo (ms)	0
Alarma de Conv -> fecha	-

Estadísticas	
Tiempo de conversión promedio (ms)	95
Tiempo de conversión mínimo (ms)	40
Tiempo de conversión máximo (ms)	188
Tiempo de conversión promedio (por letra) (ms)	4.9
Tiempo de conversión mínimo (por letra) (ms)	1.9
Tiempo de conversión máximo (por letra) (ms)	123.5



www.VideoSwitch.tv

Vitec selecciona a Mach Electronics

Nuevo distribuidor para el Cono Sur

Mach Electronics cerró un importante acuerdo de distribución con **Vitec** para los mercados de Argentina, Bolivia, Paraguay y Uruguay.

Nicolas Bloise, CEO de **Mach Electronics**, dialogó con **PRENSARIO** sobre el acuerdo: 'Mediante este acuerdo podremos ofrecer a nuestros clientes soluciones de distribución o contribución remota, tan necesaria en estos tiempos de pandemia, donde muchos canales tuvieron que adaptar su flujo de trabajo enviando a sus talentos a trabajar desde sus casas. Nuestra premisa siempre ha sido encontrar la forma de dar soluciones eficientes y sustentables a nuestros clientes'.

Entre las soluciones que estamos ofreciendo, de contribución remota o distribución, se encuentra la familia de enconder/decoder T9261 diseñados especialmente para trabajar en redes públicas.

El enconder T9261-E, es un dual enconder MPEG2/H264, los cuales pueden ser configurados por perfiles diferentes y cada uno de ellos puede manejar hasta 5 rutas de destino y cada una de ellas con diferentes protocolos. Entre los protocolos de stream soportados se encuentran UDP/RTP, RTMP, TCP, HLS, SRT, ZixiFeeder en modalidad multicast o unicast. En cuanto al decoder/transconder T9261-D, este cuenta con la capacidad de admitir una

tasa de bits de Ultra alta definición (UHD) 2160P HEVC (opcional), 1080P AVC, 1080i MPEG2, 1 y 2160P manteniendo compatibilidad con una variedad de encoders.

'En el caso de que el cliente requiera una solución de baja latencia, podemos ofrecer Encoder/Decoder MGW Ace de baja latencia, cercana a los 33ms con calidad de vídeo 4:2:2 10-bit. El ahorro de ancho es un punto a tener en cuenta ya que impacta en el costo del servicio a contratar. Si se utiliza una compresión HEVC se alcanza un 50% de ahorro de ancho de banda respecto de una compresión H264, logrando de esta forma comunicaciones más eficientes y rentables', señaló Bloise.

'También es importante resaltar que cuando se realiza una distribución sobre redes públicas es importante contar con una herramienta de gestión NMS para monitorear el estado de las conexiones, enconder, decoder, multiplexores y transmisores. Para ello contamos con la solución **NetPodde ANT GROUP** que permite monitorear en forma centralizada o remota cualquier elemento de la red, permitiendo realizar diagnósticos (remotamente) del evento ocurrido antes de enviar personal on site.

'**Antel** eligió la solución **NetPod** de **ANT GROUP** para monitorear y gestionar toda su red de televisión digital que está compuesta por 220 elementos de red entre los cuales se

encuentran transmisores, moduladores, ups, sensores de potencia entre otros' añadió Nicolás.

'Siguiendo con la línea de herramientas de diagnóstico contamos con toda gama de instrumentos de campo de **Promax Electrónica** para los mercados de Argentina, Bolivia, Paraguay y Uruguay. Entre los modelos destacados podemos encontrar el **RANGERNeo 2 ISDB-T**, **RANGERNeo + ISDBT** y **RANGERNeo Lite ISDBT**' apuntó el CEO de Match.

El **RANGERNeo 2** está diseñado para facilitar las tareas de campo de los instaladores expertos y los ingenieros de broadcast. Entre sus características destacadas podemos encontrar un decoder HEVC H.265, un analizador de espectro que es el corazón del instrumento de campo **RANGERNeo2 ISDB-T/Tb**, junto a su gran número de funciones como análisis de WiFi (incluyendo visualización del espectro real), compatibilidad con LNB de banda ancha (wideband LNB), diagrama de constelación, análisis dinámico de ecos, análisis de transportstream y pantalla táctil.

Mach



Nicolas Bloise

grass valley

Create
Control
Connect

Content your way.

CREANDO CONTENIDO A SU MANERA

AMPP

Agile Media Processing Platform

DESCUBRA POSIBILIDADES ILIMITADAS CON LA AGILIDAD Y VERSATILIDAD DE LA INFORMÁTICA ELÁSTICA (ELASTIC COMPUTE)

Libérese de las limitaciones de los flujos de trabajo con el nuevo y revolucionario GV AMPP. Totalmente basado en software e impulsado por microservicios que ofrecen una funcionalidad sin precedentes y la flexibilidad necesaria para activar o desactivar recursos instantáneamente, pagando solo por lo que usa, incluso en entornos de producción en vivo.

- Utilización del 100% de los recursos: pague solo por lo que usa
- Flujos de trabajo verdaderamente distribuidos: produzca y administre contenido desde cualquier lugar, ¡incluso desde casa!
- Fácil ejecución en la nube, en las instalaciones o en escenarios híbridos

¡Cámbielo todo! Descubra más en grassvalley.com/gvampp



GV AMPP
Agile Media Processing Platform

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

LiveU presenta el LU800 mientras sigue liderando en la región

Es aspiracional para una nueva generación de usuarios finales



José Luis Reyes

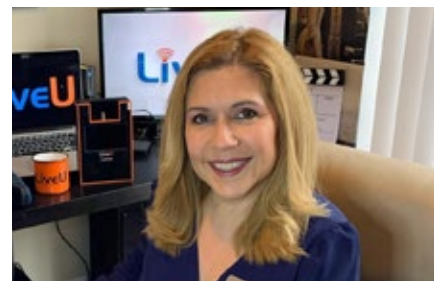
José Luis Reyes, VP de LiveU para Latinoamérica, coincidió junto a la directora de marketing Walkiria Marín, que es el mejor momento de la marca a nivel mundial y especialmente en Norteamérica, donde distribuidores pequeños pasaron de vender cinco LUSOLOs a más de 120 unidades al mes.

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 LU 200.

Fidelidad de los clientes frente a la competencia china

En Latinoamérica también las cosas van muy bien y a mediados de agosto ya se había superado 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.



Walkiria Marín

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 vayan creciendo en varios miles y de manera totalmente orgánica con los que pueden ser los futuros protagonistas del mercado.

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 LU 300 se ha vendido mucho con la ventaja de su reducido tamaño —TV Globo acaba de comprar 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 si lo es el Solo—, pues convierte el móvil en una mochila, requiere de LU Central y servidores de recepción, más allá que sirve mucho para free-lancers que no los tengan.

Nuevos casos de Éxito

Es importante que estas semanas se 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 LU Smart, y de ESPN Argentina que firmó un contrato para dotar de LU Smart a toda su plantilla, inicialmente de 64 licencias con dos Terabites de enorme consumo mensual.

France 24, La Agencia Francesa de Noticias, en América Latina tiene base en Bogotá y le renta más mochilas a Live U y tomaron el LU Smart como aplicación para sus teléfonos.

En México se tuvo 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 LU 800

El nuevo LU 800 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 LU 600 pero vale por 4 para deportes, noticias y producción, con multicámara, 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, ya ordenó seis LU 800, pese a que los deportes están detenidos, pues decidieron renovarse para prepararse para la fuerte competencia post-Covid que se viene y también sumar nuevos servidores con los que podrán tener desempeño 4K.

Muchas empresas amigas y distribuidoras han incluido al LU 800 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 LU 800 en Perú y BroadcastDepot para La Florida.

A todos sus distribuidores con los que se hubieran reunido en Amsterdam por la IBC, el mensaje es 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

LIVEU

LU 800

ONE UNIT.
UNLIMITED POSSIBILITIES.



LEARN MORE

LiveMedia: Éxito en la Pandemia con LiveUGo-Plan y LU800

Apuesta también a hacer la tv interactiva con Sodyo

LiveMedia pudo afrontar la situación de pandemia y darles servicio a sus clientes que pudieron tener cobertura en un entorno tan desafiante de tener a sus periodistas en sus casas. Pablo Cortizo destacó que innovaron en el extremo más bajo y en el más alto de la captura en vivo junto a LiveU. Por un lado con la solución de Go-plan para transmitir desde los celulares con calidad broadcast de video. También hacer bonding para una señal más estable con menor consumo de batería. Go-plan puede instalarse sin cargo en todos los celulares que el cliente quiera conectar. El servicio tiene un abono mensual que incluye un tráfico predeterminado de datos. Superado ese límite, el cliente paga por tráfico excedente. Entre otros lo tomaron Artear, América, ESPN, Fox, Canal 9, muchos canales del interior y también en Uruguay y Paraguay. Live Media ha utilizado la solución GoPlan no solo para broadcasters sino también para recitales pudiéndose hacer streaming a múltiples redes sociales al mismo tiempo. En el extremo superior, LiveU lanzó además el U800, que es un producto 5G ready y multicámara, que puedes conectar hasta 4 cámaras con control touchscreen. Remarca Pablo que es un game changer para producciones de noticias y deportivas grandes.

Por otro lado, LiveMedia apuesta a Sodyo, que fue elegido producto del NAB 2019 y combina tres virtudes para convertir a la televisión en una experiencia interactiva que sólo tenía internet. Primero es la evolución del QRs por tecnología Color Vertex Point para tener un logo con una resolución de 1 en 100 que permite escanear a mucha distancia —desde un sillón— y de ahí te lleva a una landing page. Como segunda virtud es un campaign manager para ejecutar una acción y como



Pablo Cortizo

tercera enriquece la big data o analítica con información de los usuarios. Y además, puede estar integrado con las apps de los canales como HBO que ya la ofrece en Cinemax para toda la región. Otros canales como TVN de Panamá han usado exitosamente la tecnología Sodyo.

BAM BAM: Partió la Red iberoamericana de LiveMedia, Magnum y 2Live

En forma paralela, también durante la pandemia Live Media se ha asociado dentro de BAMBAM con los socios de México y Brasil disponiendo equipos de LiveU en las filiales de España y Miami. En esa línea hizo la transmisión del show de la brasileña Claudia Leite por internet desde su casa en Miami, hizo la producción de la final de la Champions con las notas de color para televisoras de Latam, y cobertura de notas a distintos canales como la visita del presidente argentino al Papa. Para las elecciones de USA se ofrece un paquete especial para trans-

mitir desde Washington con corresponsales en Florida y Texas y cobertura en español y portugués. Esta coberturas ya están vendidas para señales en Brasil, México y Centroamérica con ofertas en horarios rotativos. Baja enormemente los costos al no tener que mandar un periodista y más ahora con la pandemia que requiere más acreditaciones y antelación.

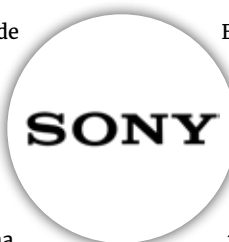


Christian Kardashian, Pablo Cortizo, con Jorge y David Camacho y Fabio Eitelberg

Sony amplía la línea de Cinema Line

Para creadores de contenido

Sony anunció el lanzamiento de Cinema Line, una nueva serie de cámaras para creadores de contenido que reunirá la experiencia de Sony en calidad de imagen, atención a los detalles, tecnología y pasión por el cine digital. Cinema Line no solo ofrecerá la deseada apariencia cinematográfica cultivada a través de la amplia experiencia en producción de cine digital, sino también funcionamiento y confiabilidad mejorados para satisfacer las variadas necesidades de los exigentes creadores.



En el año 2000, Sony lanzó la innovadora cámara HDW-F900. La cámara HDWF900 marcó el comienzo de la historia cinematográfica digital como la primera cámara de cine digital 24p del mundo. Luego aparecieron productos como la cámara VENICE. Las cámaras VENICE y FX9 formarán parte de la serie Cinema Line de Sony. La cámara VENICE se ha transformado en la primera opción para la producción de cine digital, y la FX9 tiene una gran trayectoria en la



producción de documentales. Sony lanzará al mercado esta nueva incorporación, la cámara FX6, a fines de 2020.

LIVE MEDIA

En vivo desde cualquier lugar

Somos líderes en transmisión de video en vivo para TV, On-Line y Social Media. Utilizando de la manera más eficiente las redes móviles, Wi-Fi o conectividad disponible.

ÉXITO TOTAL DE LOS PRODUCTOS **LiveU**

LiveU Go-Plan

El LiveU Go-Plan brinda a las emisoras la oportunidad de maximizar su potencial de recopilación de contenido al brindar acceso al software LiveU a usuarios ilimitados dentro de la organización. Los organismos de radiodifusión pueden adquirir un conjunto de datos cada mes para utilizarlos en tantos dispositivos LU-Smart, LU-Lite y Panasonic integrados como necesiten. Ahora todos, desde el asistente de producción hasta el periodista y el camarógrafo, pueden transmitir en vivo en cualquier momento y desde cualquier lugar del mundo.



LU800

El LU800 combina producción multicañal y recursos adicionales de video y audio en una única solución 5G. Desarrollado para explotar el potencial de la tecnología a 5G, el LU800 ofrece una calidad y resistencia incomparables.

El LU800 permite producciones remotas complejas (REMI), codifica y transmite hasta cuatro canales HD, todas sincronizadas, utilizando un solo dispositivo. El LU800 proporciona la mejor calidad de video y rendimiento en 4Kp60 HDR de 10 bits para mejorar la profundidad y la riqueza de los colores. El LU800 y sus accesorios satisfacen cualquier necesidad de producción o desafío en vivo con una o más cámaras.

Somos partners oficiales de LiveU y proveedores directos de toda su gama de productos y soluciones de transmisión de video en Argentina, Uruguay y Paraguay

APOSTAMOS A LA TV INTERACTIVA CON



LA PRÓXIMA GENERACIÓN EN TECNOLOGÍA DE ESCANEO
Con Sodyo, prácticamente cualquier objeto se vuelve interactivo.
Si puede verlo, puede escanearlo.

Ve nuestros productos y servicios en live-media.tv

Nueva plataforma de TV de pago con OTT de la mano de Mirada



José Luis Vázquez, CEO de Mirada

Mirada lanzó Zapi, una nueva plataforma de TV de pago con OTT en España para la alianza Plataforma Multimedia de Operadores (PMO). Hay dos puntos clave según dice José Luis Vázquez, CEO de Mirada de España: Primero la cantidad ya que involucra a 1.500 operadores, algunos muy grandes con más de 200.000 suscriptores que fueron los que lideraron la alianza y más de 2 millones de suscriptores en total. Y en segundo lugar, la alianza en sí misma, pues por ser regionales no compiten entre sí y pueden tener una marca unificada y distribuir vía IP y OTT los canales generales e insertar los propios. Puede ser perfectamente replicada en Latinoamérica, donde hay muchas alianzas de pequeños y medianos operadores e ISPs



de ese tipo. Ellos tienen el buen ejemplo en México para Izzi de Televisa— lo eligió nuevamente como su proveedor de cajas de Android Tv— con 56 ciudades diferentes con 3 millones de hogares y cada ciudad regionalizada, pero podrían hacer este nuevo tipo de implementaciones como Zapi con multioperadores y de una manera inédita en Latam, que es con una capa híbrida para que un STB de OTT funcione sobre una red de cable reconociendo la red en la que está.

Este es el mayor lanzamiento que Mirada ha tenido en Europa, con su solución Iris con custom launcher para set-top boxes Android TV Operator Tier. Es interesante que PMO también tendrá acceso a LogIQ — la plataforma de

analítica de datos de Mirada— a través de la cual podrá acceder a datos de gran valor, cruciales no solo para mejorar sus operaciones y ofrecer un mejor servicio a sus suscriptores, sino también para llevar más allá su estrategia de negocio y posicionamiento en el mercado, al obtener información relevante sobre el uso de la plataforma.



Bring your Own Device

Este proyecto va a la par con la estrategia Bring-Your-Own-Device (BYOD) de Mirada, que se centra en proporcionar la tecnología multipantalla Iris en los dispositivos que tengan los consumidores. Si no tienen un STB o caja Android, pero sí un smart tv, consolas de videojuegos o Chromecast, se gana a los clientes. Lo único que se necesita es dar de alta al suscriptor y promocionar la marca. Esto tampoco se ha hecho en la región salvo en el Caribe, pero incluso tampoco allí con un concepto tan claro. 'Uno de nuestros clientes hizo el cálculo si no tienes una opción conectada, para usar los smart tv o hacer IP puro, puedes perder entre cord cutter y cord nerver en 5 años entre un 30% y un 40% de suscriptores', consideró.

Tecnologías escalables

Sobre sus expectativas en Latam, agregó: 'Tiene que pasar esta etapa difícil, pero nuestra capacidad de crecimiento y nuestra cultura cercana a Latinoamérica, con clientes como el grupo Televisa, es importante para implementar Android TV y Bring your own Device como propuesta para operadores e ISPs. Estos en soledad pueden ser incapaces de hacerse valer, pero en grupo no hay nada que no puedan hacer.'

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'.

Integración con la solución de Cloud de Harmonic VOS 360

'La plataforma de Aveco se integró con la solución de Cloud de HarmonicVOS 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



Alejandro Paludi, Director de Ventas de Aveco

interfaz, permitiendo a los usuarios manejar fácilmente operaciones en múltiples locaciones. Este tipo de operación es lo que denominamos automatización de playout híbrida'.

bam
weq

Servicios de producción y transmisión

Red Iberoamericana con oficinas en España, USA (Miami), México, Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay.

bambam.media



¡Click aquí!

Soluciones dirigidas a generadores de contenido + broadcasters + agencias de noticias + agencias deportivas + agencias de publicidad

Integraciones tecnológicas

Basadas en LiveU, AWS, Vitec, VSN y Grabyo, entre otras.

Ross Video presenta sus nuevos productos

en su segundo Ross Live del año

Ross Video Latinoamérica, luego de una primera temporada a principios de este año, anunció la segunda temporada de Ross Live, que se extenderá durante ocho semanas intensas de anuncios, novedades y trabajo. Jason Barden, director de ventas para América

Integración con Amazon S3 Glacier para almacenamiento de video infinito

Ross integró recientemente el almacenamiento Amazon S3 Glacier, una clase de almacenamiento de Amazon Simple Storage Service (Amazon S3) como parte integral de la gama Ross de soluciones de servidor y gestión de activos multimedia. Amazon S3 Glacier elimina la necesidad de que las emisoras mantengan costosos sistemas de almacenamiento internos y, con una recuperación rápida, AWS puede entregar archivos en minutos. El costo también es una preocupación obvia para los clientes en el clima actual, y Amazon S3 Glacier lo tiene cubierto.

Latina de Ross Video, 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 OverDrive: 'Nuestro sistema de automatización, en el que un solo operador puede controlar todo, desde es el switcher, a la gráfica o el playout. 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.

Nuevas soluciones en Ross Live

Ross Live contará con presentaciones semanales que analizarán una aplicación de producción en vivo específica y considerarán los tipos de desafíos creativos, comerciales y técnicos que enfrentan los clientes en cada entorno. Los presentadores de Ross estarán acompañados por clientes que explicarán su perspectiva, hablarán sobre sus prioridades y compartirán sus historias.

Telemetrics anunció un nuevo sistema de cámara robótica Pan / Tilt

Telemetrics ha anunciado un nuevo sistema de cámara robótica Pan / Tilt, que cuenta con una cámara Sony Alpha '9 de fotograma completo montada en Telemetrics PT-CP-S5 cabezal de giro / inclinación compacto dentro de una carcasa de cámara resistente a la intemperie WP-HOU-A9 de Telemetrics. El nuevo sistema de cabezales PT-CP-S5 A9 resistente a la intemperie con control remoto ha sido desarrollado para fotógrafos profesionales que buscan capturar fotografías de alta calidad (24 MP) para medios de comunicación y eventos deportivos. El nuevo sistema fue utilizado por The Associated Press en las eliminatorias y la Serie Mundial de las Grandes Ligas de Béisbol de este año, donde se montó en lo alto de los respectivos estadios para capturar imágenes fijas que no son posibles con una posición de cámara tripulada.

La interfaz de red permite a los usuarios controlar la cámara y acceder a las imágenes en línea, mientras que también se incluyen interfaces Ethernet, USB y serie. El sistema también fue utilizado por AP para el primer debate presidencial en Cleveland, Ohio. 'Hemos estado trabajando en estrecha colaboración con AP para desarrollar este sistema de control remoto, que proporciona un sistema totalmente integrado que es ideal para una serie de posiciones de cámara difíciles de alcanzar que proporcionan tomas POV muy únicas y creativas', dijo Michael Cuomo, Vicepresidente de Telemetrics. Y agregó: 'Como demostró su desempeño en los eventos deportivos de más alto nivel, cuando el objetivo es hacerlo bien la primera vez, Telemetrics tiene el sistema de cámara robótica para exteriores en el que

puede confiar para capturar la acción de manera confiable'. El nuevo PT-CP-S5 A9 P / T Head Bundle es un paquete de cámara robótica completamente integrado y estéticamente agradable que incluye un cabezal compacto de giro / inclinación y una carcasa de cámara resistente a la intemperie para proteger y controlar completamente la elección del usuario de cámara y lente de zoom. Los servomotores robóticos del sistema utilizan motores de precisión de velocidad y posición ultra alta, lo que lo convierte en la elección perfecta para deportes en vivo y aplicaciones de seguridad donde no hay lugar para fallas, mientras que el diseño compacto y herméticamente sellado satisface una variedad de aplicaciones comerciales e industriales exigentes.



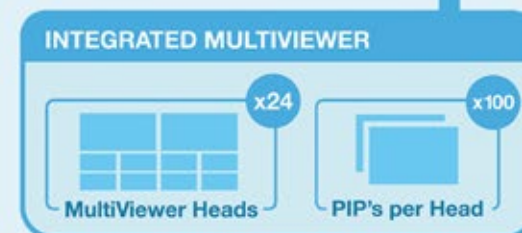
Ultrix

The Ultimate Software Defined Platform
ROUTING · SIGNAL PROCESSING · MULTIVIEWERS



FULL FEATURED ROUTER

- ✓ 144x144 in 5RU Chassis
- ✓ SD, HD & 3G Routing
12G 4K UHD software licensable
- ✓ 3072x3072 Audio
2048x2048 embedded audio I/O
1024x1024 MADI option
- ✓ Embedded Audio Processing
De-Embed on every input
Embed on every output
Audio Processing Shuffle, Sum, Invert
- ✓ Clean/Quiet Switching



INTEGRATED FRAME SYNCHRONIZER

- SD, HD & 3G FrameSyncs
- Audio SRC for all 16 embedded channels

SOFTWARE DEFINED

- FrameSyncs, MultiViewers & 12G easily software license enabled
- No special hardware, crosspoints, or cabling required

New!
144x144
with Software Definable
SmartFabric™



SAVE SERIOUS MONEY

- 90% ↓ Less real estate
- 90% ↓ Less cabling & associated labor costs
- 80% ↓ Less weight means less power, cooling & shipping



NO THROW AWAY HARDWARE

- Functionality software licensable
- No delay or cost associated with replacement boards

PAY AS YOU GO

- Buy what you need today
- Change & update functionality via software as required

LIGHTNING FAST INSTALL & STRIKE

- Reduced from days/hours to minutes/seconds
- Ideal for OB Vans, Flypacks & Studios



www.rossvideo.com/ultrix

ROSS
LIVING LIVE!

OM Systems es un ejemplo de solvencia y continuidad

Gran trabajo continuo con Ross, Dalet y Xen Data

El 2019 fue un año de logros y afianzamiento para **OM Systems**, con la dinámica que imponen las nuevas tecnologías que se adoptan en el mercado. **Jorge Moya** Titular de **OM Systems** dijo: 'Dentro de esto, destacamos principalmente nuestra relación con las empresas **Ross** y **Dalet**. Con **Ross** cerramos varias operaciones de ventas con el **Carbonite Ultraque**, el switcher más innovador del mercado, tanto con estudios de televisión como así también con empresas que poseen unidades móviles. Entre las que se encuentran el móvil de **Digital 3** y el de **NewMassSport-HD**. También se comercializó equipamiento de la marca **Dektec**, que consistió básicamente en la provisión de moduladores y demoduladores satelitales y de televisión terrestre para el análisis pormenorizado de transport streams y de diferentes esquemas de modulación digital'.

Y agregó: 'Por el lado de **Dalet**, tuvimos que capacitarnos en los nuevos productos

como **Media Flex** de **Ooyala**. Por otro lado, instalamos la solución **Dalet Galaxy** en **Torneos y Competencias** e iniciamos proyectos nuevos que involucran **Media Flex**, **Amberfin** y **Galaxy**'.

Sobre los proyectos en los que la empresa está trabajando, el ejecutivo sostuvo: 'Con **Xendata** decidimos aplicar una política de expansión en nuevas verticales de mercado por medio de una alianza próxima a concretarse. Estamos también trabajando en darle un impulso más efectivo a nuestras cuentas, tanto de Instagram como de Facebook, de manera de mejorar la promoción de nuestros productos y ofertas'.

Respecto a las demandas en algunas áreas que se hayan incentivado con la cuarentena, Jorge subrayó que: 'Recibimos algunas consultas específicas. En nuestro caso y a través de la empresa **AEQ** de España estamos ofreciendo a los clientes una solución



Mariano Cuerda, Julien Decaix y Jorge Moya



que permite a los periodistas de radio poder trabajar desde su casa y conectarse vía internet con la radio, con una calidad igual a la que tendrían si se encontraran en sus estudios de transmisión.

Nos hemos adaptado a este escenario dado que nuestra estructura nos acompaña y somos muy cautelosos al momento de redefinir nuestro plan de negocios.

Entendemos que estamos fuertemente condicionados al impacto que está teniendo en nuestros clientes locales y también regionales, este es el gran diferencial que vemos respecto a otras crisis. Nuestro objetivo es lograr el cierre de los proyectos que tenemos en marcha'.



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



INTEGRADORES DE TECNOLOGÍA AUDIOVISUAL



Diseño de Estudios de TV • Unidades Móviles

Mobiliario Técnico • Venta de Equipamiento Broadcast

Gestión y Ejecución de Proyecto • Instalaciones Llave en mano



OM Systems SRL • Av. Independencia 2029 • 1225 Buenos Aires • Argentina • Tel/fax: 5411-4308-5100/01/02

E-mail: info@omsystems.com.ar • Web: www.omsystems.com.ar • Instagram: OMsystems

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

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

Por Rodrigo Martín, Regional Sales & Engineering, CaLA




Rodrigo Martín, Regional Sales & Engineering, CaLA

Las necesidades crecientes de velocidad y capacidad han conducido 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 tecnológicas, 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 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 entregue 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.

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.

Al mismo tiempo, Promptlink detalla nove-

dades 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



David Mosquera

de equipo de datos y telefonía de banda ancha, incluyendo pruebas Wi-Fi de alta precisión gracias a sus cámaras de prueba blindadas.

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.

La marca de mayor confianza y mejor desempeño en la industria para TV UHF/VHF y radio DAB



Con más productos que antes, un portafolio de transmisores sin igual para redes regionales y nacionales de cualquier tamaño

Transmisores Maxiva™ con PowerSmart® Plus

- Transiciones de bajo costo para estándares digitales en todo el mundo
- La operación de alta eficiencia, espacios compactos, pocas partes de repuestos reducen los costos de red
- Mantenimiento por un solo ingeniero, funcionalidad sin problemas en el aire



www.gatesair.com/v-events

Flowics potencia su solución de Cloud Graphics



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 para este especial de Cono Sur, 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'.

CableSoft desarrolla aprovisionamiento FTTH

Cablesoft, la empresa que desarrolla Cable Operadores, con más de 20 años en el mercado de las telecomunicaciones presento el desarrollo del aprovisionamiento FTTH con las siguientes funciones: Sirven para automatizar las instalaciones de las ONU (Optical Network Unit) en los clientes, la Geolocalización de las OLT (Optical Line Terminal), Geolocalización de las Cajas Drop (Caja terminal de fibra óptica) y Geolocalización de las ONU. También para el monitoreo de niveles de señal y la administración de SSID (nombre público de la red de área local inalámbrica) de la ONU del cliente junto con la administración y monitoreo de OLT, Cajas Drop y ONUs, con el grafico del diagrama de conexión de cada cliente desde su casa hasta la OLT. El FTTH está desarrollado en lenguaje PHP, Web Service REST para conectarse con Boxi o cualquier otra plataforma. En cuanto a su funcionamiento, en la Alta de las OLT (Optical Line Terminal), una vez

ingresadas las credenciales, se conecta a la OLT y obtiene toda la información de la misma y la Alta de las Cajas Drop, se pueden dar de alta por archivo

CSV - Marca, Modelo, cantidad de puertos, OLT slot y pon al que está conectada a la OLT. Para la instalación de la ONU para el cliente, el técnico deberá con la aplicación, estando en la casa del cliente, luego de conectar la ONU, seleccionar el cliente al que le está efectuando la instalación, graba las coordenadas del lugar de instalación de la ONU. La aplicación le pedira que lea el código de barras de la ONU, luego de la lectura se produce la magia... Da de alta al cliente en aprovisionamiento, aprovisiona el cliente en la OLT, crea la conexión que puede ser: en la misma OLT o en un Router (Mikrotik u otros). La aplicación le informara si los niveles de la señal están dentro de lo aceptado, si se produce una falla informa el tipo de falla, no



Claudio Saba

permite completar la conexión, si todo está correcto permite confirmar la instalación. Desde sus sistemas de facturación "Boxicable" hasta las interfaces con las distintas plataformas del Head-End [CAS, CMTS, OLTs, Etc.], así como sistemas de monitoreo y aprovisionamiento, la empresa tiene la capacidad de satisfacer las necesidades de software de los Cable Operadores. Desde CableSoft, cuentan con una amplia experiencia en los distintos ámbitos de las tecnologías de la información y telecomunicaciones, con la capacidad de desarrollar soluciones integradoras a la medida que le permitirán a los Cable Operadores hacer frente a los desafíos que plantea la transformación digital actual.

LET'S TALK AUTOMATION!

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



Aveco - Your Automation Partner



www.aveco.com



Webinar de Stratos para que los operadores pequeños den OTT

Con moderación de Alejo Smirnof de Prensario

Muy útil ha sido el webinar organizado por las empresas **Verimatrix**, **Nordija** y **EKT** ofreciendo el paquete de software **Stratos** que permite a cableoperadores e ISPs lanzar un servicio OTT en la Nube 'en semanas', ahorrando muchas complicaciones.

Participaron **Lorena Zapata**, de **Nordija**; **Jesús Moreno**, de **EKT** y **Gustavo Lerner**, de **Verimatrix**, con moderación de **Alejo Smirnof**, de **Prensario**. Se enfatizó que se trata de una solución para todos aquellos interesados en lanzar un servicio de streaming (considerado el futuro de la industria) para un conjunto de suscriptores nuevos o que ya reciben programación lineal —el caso de los cableoperadores— o conectividad —los ISPs, Internet Service Providers (proveedores de internet)— por cuanto 'la mitad de los problemas ya vienen solucionados' y 'el control lo tiene el operador', resultando todo 'más ágil, con tiempos más productivos', de acuerdo a lo señalado por Zapata.

Moreno explicó que su empresa EKT fabrica

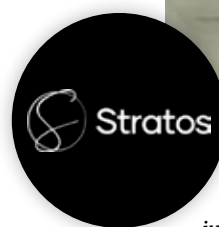
todo tipo de decodificadores, incluyendo los digitales de alta resolución y las opciones híbridas donde el operador puede mezclar cable y satélite, así como modelos 4K UHD con hasta cuatro sintonizadores, ofreciendo soporte técnico en toda la región, en idioma español.

Lerner advirtió que las redes van evolucionando hacia IP, y que una de las ventajas de esta solución 'en la Nube' es que 'miramos al futuro, tenemos en cuenta los desafíos de la seguridad y nos vamos anticipando a lo que establece el mercado, con lo cual, al estar "end to end" (de principio a fin) en la Nube, es una solución que no sólo se implementa en días o semanas, sino que también funcionará en el mañana', remarcando la importancia de los informes analíticos que provee.

Zapata explica que 'quienes deciden ofrecer OTT a sus suscriptores pueden fracasar en la implementación cuando llega resuelta sólo una parte y el operador debe armar el con-



Lorena Zapata, Gustavo Lerner, Alejo Smirnof y Jesús Moreno



junto; nosotros ofrecemos una situación integral, a un costo muy asequible, que asegura poder brindar la misma calidad que los operadores "Tier 1" (los principales del negocio), con un despliegue muy robusto; en América Latina hay pocos "Tier 1", y hasta ahora no había una solución equivalente para el resto; ésta permite modificar el CDN con libertad y se puede implementar en semanas, casi la mitad de la solución viene lista'. Con respecto a los contenidos, los panelistas coincidieron en que, si bien en cada caso es el propio operador quien debe contratar los mismos para ajustarse a las normas de propiedad intelectual, se lo puede guiar en la gestión en función de los múltiples contactos que se poseen con los diferentes propietarios de los contenidos.

Broadpeak presentó Open House

Se realizó el 8, 15, y 22 de octubre

Broadpeak, el proveedor de redes de entrega de contenido (CDN) y soluciones de transmisión de video para proveedores de contenido y operadores de TV paga, presentó Open House, una jornada de puertas abiertas virtual que se realizó el 8, 15, y 22 de octubre para los clientes y socios. Durante este evento global en línea, los asistentes se reunieron 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**. Y agregó: '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'. Las sesiones de Open House analizaron 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 reunió a oradores de **Beeline**, **Cellcom** y **Delta Fiber**, quienes compartirán sus comentarios sobre las implementaciones en una primera discusión de la industria. Se examinaron las últimas innovaciones en nube, rendimiento, análisis y supervisión.



Xavier Leclercq, VP Business Development Broadpeak

Además, los expertos de Broadpeak analizaron el papel de los superegredores, así como las estrategias para optimizar las relaciones entre proveedores de contenido y operadores. Se destacaron las ventajas del almacenamiento en caché local y la entrega de video nativa de IP por satélite. Las demostraciones incluyeron **S4Streaming** de Broadpeak, HLS de baja latencia, pruebas A/B y soluciones de inserción. Para celebrar el aniversario de la compañía, algunas actividades especiales cerraron la jornada de puertas abiertas, con demostraciones de cocina en vivo a cargo de un chef capacitado con una estrella Michelin, en la que degustaron vinos con un sommelier de clase mundial, música en vivo y más.



Proveedor Integral de Redes HFC y FTTH

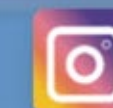
Con mas de 15 años en el mercado



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

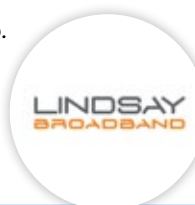
Lindsay Broadband e Iskratel se asocian para dar soluciones GPON XGS-PON en América



David Atman, David Atman, presidente de Lindsay Broadband

Las soluciones ópticas actuales de Lindsay Broadband incluyen RFOG, nodos, cabezera, pasiva, terminación de suscriptor y soluciones FTTx. Iskratel agrega sus OLT, ONT, sistema de nodo administrado y herramientas de personalización CPE GPON XGS-PON de diseño y fabricación europeos. La línea Iskratel SI3000 Lumia de OLT GPON y XGS-PON son dispositivos fáciles de usar, programables, compactos, resistentes a la temperatura y rentables, y fueron diseñados

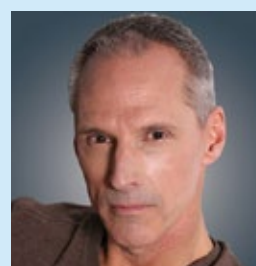
para redes preparadas para el futuro. 'Lindsay Broadband está muy emocionada de agregar las ofertas Lumia e Innox de Iskratel a nuestra línea integral de soluciones ópticas.



Estamos perfectamente posicionados para ofrecer soluciones GPON XGS-PON de calidad garantizada a nuestros clientes', dijo David Atman, presidente de Lindsay Broadband.

Nuevo gerente de línea de productos

Lindsay Broadband anunció la incorporación de Kevin Sweeting como Gerente de línea de productos, GPON / XGS-PON Solutions. Las soluciones GPON y XGS-PON integrales, fáciles de usar, robustas y programables de Lindsay ofrecen el menor costo total de propiedad con la mejor relación precio-rendimiento. Las ofertas incluyen OLT, ONT, un sistema de nodo administrado y una amplia gama de productos ópticos y de alimentación para una solución completa de superposición de video / xPON de extremo a extremo. 'Kevin será responsable de impulsar la expansión de Lindsay en el ámbito de GPON / XGS-PON para diversos mercados que abarcan empresas de telecomunicaciones, operadores de cable, WISP, servicios públicos y municipios', dijo David Atman, presidente de Lindsay Broadband.



Kevin Sweeting como Gerente de línea de productos

'Su experiencia con los clientes B2B de telecomunicaciones, junto con su pasión por la satisfacción del cliente, lo hará en un miembro valioso equipo a medida que continuamos expandiendo nuestras soluciones orientadas al cliente para las tecnologías de próxima generación', agregó.

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. '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 implementaciones 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. 'Con más suscriptores y personal conectados desde sus casas, es fundamental que todas estas plataformas interactúen de forma automatizada y en algunos casos desde la nube, por eso seguimos trabajando en presentar novedades como el Playout y Digital Signage gestionado completamente en la nube. Estos modelos de negocio están generando ingresos frescos a los operadores y a los generadores de contenido, que logran alcanzar mayor mercado desplegando infraestructura en la nube



Jorge Gandulfo

y expandiendo su capacidad de monetizarlas. Como siempre seguimos trabajando en mejoras para nuestras líneas de producto "Veas Black DUO", "Veas Gold", "Veas Recorder", "Veas AD", "Veas TSI", "Veas Digital Signage" y "ADAS" para automatización de Radio. Podemos destacar como nuestro partner ha afianzado relaciones con los MSOs, Advanced Media Technologies (AMT), distribuidor estratégico en LATAM e internacional da a sus clientes una gama de servicios comerciales y de post venta de excelencia, logrando integrar nuestras plataformas con diferentes productos y servicios', concluyó.

LLEGÓ

diboxGO

+ que televisión
+ que entretenimiento



GRILLA DE TV ON LINE / PROGRAMACIÓN ON DEMAND
SERIES / PELÍCULAS / CONTENIDOS EXCLUSIVOS

Descargá la aplicación
y disfrutala en todos tus dispositivos.

diboxgo.com.ar



dibox

Network Broadcast apuesta a su experiencia para ayudar a sus clientes

Con más de 30 años en la industria

Para este especial de Cono Sur, tenemos la palabra de **Matías Lassalle**, director comercial Latam de Network Broadcast. 'Los operadores son conscientes que más allá de la lectura que puedan hacer del mercado en tiempos únicos como los que estamos viviendo, deben avanzar. Y ven claramente que el mundo va hacia plataformas interactivas, porque es el propio usuario quien con sus nuevos hábitos de consumo demanda contenido VOD y aplicaciones de terceros como **Netflix, Youtube, Prime Video**, etc. Y por eso escuchamos tantas veces que lo más importante es "la experiencia del usuario". Pero esa frase implica mucho más que las plataformas. Implica contenido de calidad y ajustado a la demanda del usuario. Entonces, por ese cambio en la forma que los usuarios miran televisión, es esencial que el operador pueda ofrecer un servicio personalizado en función de las necesidades y gusto de sus usuarios. Con nuestro servicio de TMS (Transportation

Management System) va poder llevar estadísticas y analizar el hábito de consumo de sus usuarios, que, como, cuando, por cuánto tiempo y de qué dispositivo consumen el contenido que ofrecen. Algo muy importante para la toma de decisiones corporativas. En línea con el objetivo de ir más allá en la experiencia del usuario, debemos garantizar una correcta entrega del contenido y para eso la solución Bromteck Boro (Solución de Monitoreo de Streaming online) es una herramienta fundamental para poder adelantarse a los problemas que se generen en el proceso del stream de audio y video. Con sus sistemas de alarma nos permite identificar cuál es el problema y donde se encuentra el mismo, para así poder dar una rápida solución que optimiza los recursos técnicos y los costos de monitoreo. Y cabe destacar que no es una solución solo para Tiers 1. Es una solución completamente escalable, que se puede ir modificando dentro de la red para lograr un monitoreo

completo de las señales comenzando con muy poco. En nuestra experiencia es una solución muy rentable porque está enfocada directamente a la calidad del servicio y a evitar la baja de usuarios por mala entrega o caídas de señales. Y hacia ahí va el mercado, tener plataformas personalizadas que estén a la altura de sus usuarios. Pero también deben estar pensadas y ajustadas al consumo, llegando con un servicio confiable, amigable y de calidad. Por ello, el servicio TMS de estadísticas y Bromteck-Boro son herramientas fundamentales para garantizar dichos servicios'.

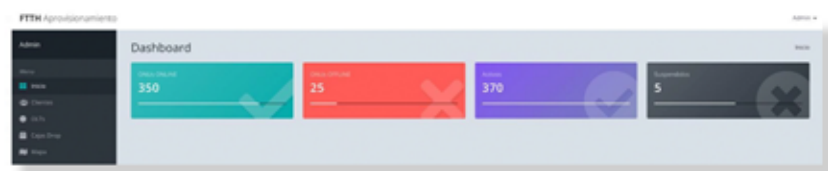


Matías Lassalle,
director comercial
Latam

#Innovación #Desarrollo #Futuro

Desarrollamos un aprovisionamiento FTTH para:

- ✓ Automatizar las instalaciones de las ONU (Optical Network Unit) en los clientes
- ✓ Geolocalización de las OLT (Optical Line Terminal)
- ✓ Geolocalización de las Cajas Drop (Caja terminal de fibra óptica)
- ✓ Geolocalización de las ONU
- ✓ Monitoreo de niveles de señal
- ✓ Administración de SSID (nombre público de la red de área local inalámbrica) de la ONU del cliente
- ✓ Administración y monitoreo de OLT, Cajas Drop y ONUs
- ✓ Gráfico del diagrama de conexión de cada cliente desde su casa hasta la OLT



Desarrollado en lenguaje PHP,
Web Service REST para conectarse
con Boxi o cualquier otra plataforma



www.cablessoft.tv



1 (305) 600-4379



contacto@cablessoft.tv



www.tecnoredlatam.com



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 nor-

malidad 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 estudios 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'.

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 acompa-

ñado 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'.

EVOLUCIONAR ES IR SIEMPRE HACIA ADELANTE



MAYOR VIDA ÚTIL | MAYOR DENSIDAD ENERGÉTICA | OPTIMIZACIÓN DE PESO Y ESPACIO

Baterías de Litio El futuro en almacenamiento

48V

Latpower

Energía para avanzar

Multicast presenta FÜN

Un servicio propio de TV Everywhere y OTT para pequeños y medianos operadores

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,



Raúl Malisani



para lo cual previamente se requiere configurar la 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.

ELEVÁ EL
SERVICIO A TU
PRÓXIMO NIVEL

¡LLEVÁ LA TELE
CON VOS!



By  multicast

www.fun.lat www.multicast.lat

Mach
ELECTRONICS

AGRADECE A

VITEC
GROUP

POR LA REPRESENTACIÓN PARA
ARGENTINA, BOLIVIA, PARAGUAY Y URUGUAY
DE SUS SOLUCIONES DE DISTRIBUCIÓN
O CONTRIBUCIÓN REMOTA

ENCODER / DECODER
T9261
PARA REDES PÚBLICAS

ENCODER
T9261-E
DUAL ENCODER
MPEG2/H264

DECODER /
TRANSCODER
T9261-D

ENCODER / DECODER
MGW ACE
DE BAJA LATENCIA

 ANT GROUP
TELEMETRY & NMS

 PROMAX

MACH ELECTRONICS S.A.

Tel: (+ 54 11) 4011-4500

WhatsApp: (+ 54 11) 6824-4500

www.mach.com.ar - E-mail: info@mach.com.ar

Pedro de Castillo 748
Ciudad de Buenos Aires
C1414AWP. - Argentina



VideoSwitch: Provisión de equipamiento para IRTP (TV Perú)

VideoSwitch es una empresa argentina líder en desarrollo tecnológico para televisión y cableoperadores desde hace más de 30 años. Uno de los factores que han sostenido su éxito durante este tiempo es la innovación constante. Por dicho motivo, grandes empresas de la región han apostado y continúan haciéndolo adquiriendo sus productos de excelencia a lo largo de todo el continente.

Tal es el caso del trato que VideoSwitch cerró con IRTP (TV Perú), con quienes llegaron a un importante acuerdo por la provisión de equipamiento para su sistema de transmisión de alerta temprana ante catástrofes (EWBS) por vínculo satelital.

Ambas partes trabajaron en conjunto con Ingenieros de Japón y Perú para desarrollar una solución óptima para sus necesidades, creando un método de transmisión de EWBS por satélite único en el mundo y avalado por varias instituciones como JICA (Agencia Japonesa de Cooperación Internacional) y

JTEC (Japan Telecommunications Engineering and Consulting Service) de Japón.

Como resultado, unificaron las transmisiones satelitales logrando ahorrar ancho de banda y disminuir costos, ya que con un mismo sistema pueden proveer señal a los cableoperadores y a las estaciones de TV Terrestre, al mismo tiempo que mantienen el aviso de alerta temprana ante catástrofes con cobertura nacional.

Por último y no menos importante, disminuyeron los costos de equipamiento y mantenimiento, dado que los equipos que adquirieron son de última generación, más económicos y eficientes.

También vale la pena destacar la exitosa negociación realizada con un reconocido canal de TV del país vecino, **Mega Visión Chile**, donde pactaron la incorporación de solu-



El equipo de VideoSwitch

ciones de Closed Caption y Multiplexación.

VideoSwitch incorporó su tecnología de Multiplexores ISDB-Tb y Servidores de Closed Caption para Megavisión en configuración redundante para sus transmisiones en Santiago de Chile.

Finalmente han desarrollado otros proyectos en Costa Rica. Debido al derrumbe del volcán Irazú, se han necesitado mudar de urgencia las instalaciones y varios broadcasters están confiando en VideoSwitch para reemplazar sus antiguos multiplexores.



Onda Live elige a AbracadabraZ para poner al aire sus streaming



La empresa **Onda Live**, con más de 10 años en el mercado de eventos, ha confiado en la ayuda de **AbracadabraZ** para poner al aire sus streaming. Con más de 10 años de experiencia en diversos segmentos siempre innovando,

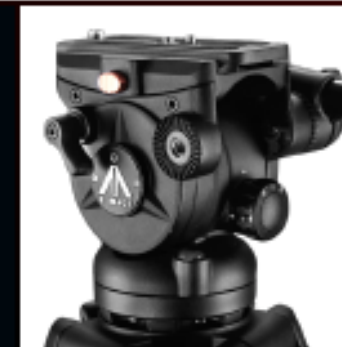
Onda Live, otra rama del **Grupo Cas**, viene a traer soluciones e innovaciones en eventos online, siguiendo los nuevos hábitos de la población. En el pasado fueron la empresa seleccionada para la hacer las transmisiones del *9 Fórum Internacional de Franquicias y Negocios*, o la presentación de Barak Obama en el *Global valor Económico*, entre otros eventos. Esta vez de una manera cada vez más practica para los tiempos de aislamiento

social, pero sin perder el contacto con los clientes, audiencia y oyentes. El evento en cuestión fue totalmente remoto, donde AbracadabraZ recibió las señales transmitidas de cada disertante desde cada locación en diferentes formatos

y maneras a desde varios países, para ser enmascarados en única identidad visual del cliente y llegar a su público vía stream en un site cerrado para los participantes. Una vez más, fue elegido AbracadabraZ, la plataforma colaborativa de **Grupo Pinnacle**, que bajo la dirección de



Renan Alves Veira, Director del área, llevo adelante toda la puesta técnica, instalando todo lo requerido para realizar los streaming en vivo. El manejo de equipos y el workflow con todos los profesionales que participaron y la plataforma exclusiva por la cual se transmitió el evento. El evento termino con un éxito rotundo y varios pedidos por parte del público, para repetir la experiencia.

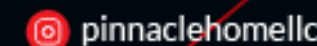
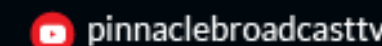
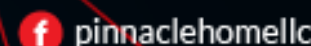


Atención exclusiva a distribuidores locales.

Sea Distribuidor Oficial en su país de las marcas que representamos:



2025NW 102AV - UNIT 111
Doral Miami - Florida - 33172
GPINNACLE.COM
comercialusa@gpinnacle.com
US +1 (305) 200-3936



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'.

Paneles de control y operación en VSNE Explorer

La última versión de **VSNE Explorer** 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 VSNE Explorer (catalogación de assets, gestión de tareas, búsqueda de assets, revisión y validación, distribución



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

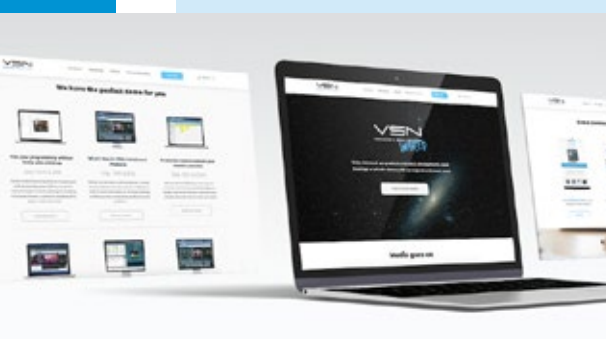
El sistema de tráfico y planificación **VSNCrea** presenta su módulo de programación de contenidos para canales no lineales que permite integrarse con cualquier entorno no lineal con facilidad (Vod, OTT, Web TV, etc.) gracias a su arquitectura abierta basada en webhooks. En esencia, el nuevo módulo permite 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'.

Se realizó la segunda edición de VSN Wired



VSN Wired

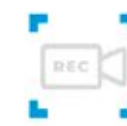
Todas estas nuevas funcionalidades y desarrollos, pudieron verse en acción en la segunda edición del evento 100% digital **VSN Wired**, que tuvo lugar entre el 14 y el 25 de septiembre. Una de las novedades destacadas fue el nuevo **VSN NewsConnect**, un plugin web que permite crear un entorno de producción 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.

Adáptate y conecta con tu audiencia

Descubre las **nuevas soluciones de VSN** para potenciar el trabajo en remoto con equipos deslocalizados y conectar con toda tu audiencia allá donde esté.



Gestión de archivo y contenidos



Producción de noticias



Programación y emisión

vsn-tv.com

sales@vsn-tv.com | + 34 93.734.99.70

