Agosto 2013 | Ano 18 | Nº 219

Edição Português / Inglês

Prensario Internacional

www.prensario.net

Televisão • Banda Larga • Novas Mídias • Licençamento

Relatórios especiais

TV por assinatura	• NET • Claro TV • OiTV	Broadcasting	• TV Globo • Record • SBT	Pós Fórum Brasil

PROGRAMAÇÃO DO JEITO QUE O BRASILEIRO **GOSTA DE VER**

CRIAÇÃO DE ARTE GLOBOSAT

Para contratar o conteúdo da Globosat, entre em contato com a G2C - www.g2c.tv.br

A Globosat oferece os mais variados gêneros de programação, tudo o que você e sua família gostam de assistir. São 34 canais, sendo 15 também transmitidos em HD, além de um internacional, voltado para os amantes do futebol. Seguindo a tendência do conceito TV Everywhere , a Globosat criou 3 serviços de conteúdo sob demanda para o assinante assistir seus programas onde e quando quiser: MUU, Philos e Telecine Play. O melhor e mais completo conteúdo da TV por assinatura brasileira está nos Canais Globosat.
Globosat, TV como você gosta de ver.

GLOBOSAT
globosat.com.br

QUINTA EDIÇÃO ESPECIAL DE BRASIL EM PORTUGUÊS

Por quinto ano consecutivo, PRENSARIO INTERNACIONAL publica esta edição especial sobre o mercado Brasileiro, que será distribuído primeiro na Feira e Congresso ABTA (6-8 de agosto) e depois em SET Broadcast & Cabo (20-22 de agosto), ambos em São Paulo, Brasil.

O que se faz tradicionalmente em espanhol para todas as feiras relacionadas com a televisão em América Latina, PRENSARIO gera para Brasil uma edição 100% em português a qual se centra exclusivamente no mercado da televisão brasileira, incluindo entrevistas com os principais operadores de TV por assinatura (DTH e cabo) e diretores de tecnologia das principais estações de televisão aberta, bem como aos novos jogadores OTT (um negócio em crescimento) e agências de publicidade.

Todos eles põem de relevo o momento do mercado mais importante de América Latina, a experiência da Copa Confederações e as expectativas para a Copa Mundial do próximo ano e os Jogos Olímpicos de 2016, os dois maiores eventos esportivos do mundo, que terão lugar em Brasil nos próximos três anos.

Este número temático mostra a fortaleza de PRENSARIO para chegar aos executivos mais importantes da cada segmento do negócio da televisão, que se complementam com a cobertura em linha através de nosso site www.prensario.net e nossos relatórios diários enviados a toda a comunidade latina e brasileira desde São Paulo.

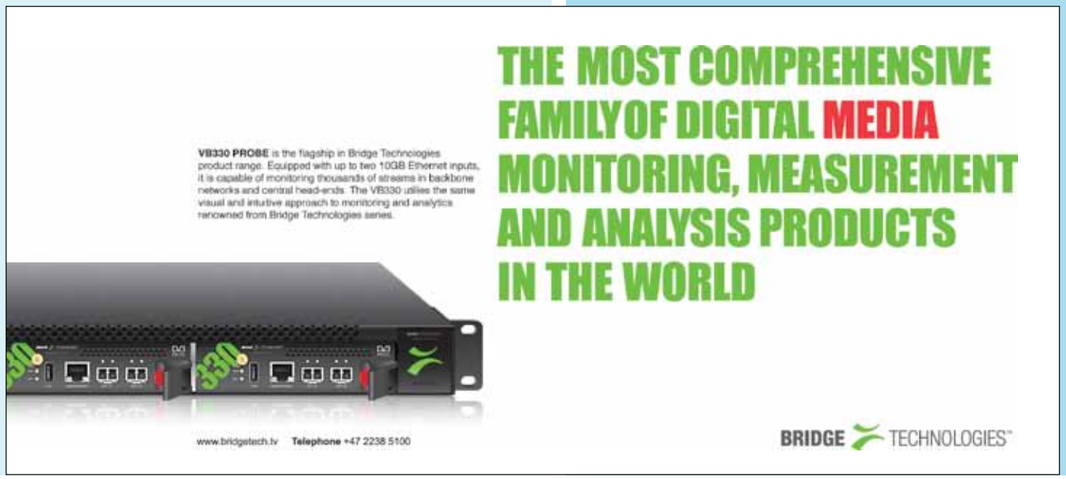
FIFTH SPECIAL BRAZIL EDITION IN PORTUGUESE

For the fifth consecutive year, PRENSARIO INTERNACIONAL publishes this special edition about Brazil, to be distributed first at ABTA Feira e Congresso (August 6-8), then at SET Broadcast & Cable (August 20-22), both in São Paulo.

What is traditionally done in Spanish for the most important trade shows related to television in Latin America is in this case applied exclusively to Brazil, resulting in a 100% Portuguese language issue. It features interviews with leading pay TV operators (DTH and cable) and technology managers at the major broadcast TV networks, as well as executives at the new OTT companies –a growing business— and the advertising agencies.

All of these highlight this particular moment at the top Latin American market, underscoring the experience brought by the *Confederations Cup* and expectations for the FIFA World Cup next year and the Olympic Games in 2016; the two most important worldwide sports events will take place in this nation within three years.

This thematic issue shows Prensario reaching the most important industry executives at each branch of the business. In addition, Prensario will provide real time coverage through our website www.prensario.net and our daily reports during the shows, e-mailed from São Paulo to all the Latin American business community and the worldwide subscribers to our weekly online newsletters.



Os desafios do crescimento do Brasil

Por Fabrício Ferrara

Prensario publica a seguir um relatório sobre o mercado latino-americano que continua deslumbrando o mercado internacional. Os desafios para continuar seu crescimento: a lei SeAC (cotas de programação nacional independente, etc.), o apagão analógico, o aumento de operadoras de TV por assinatura e novas mídias media, estão entre os principais assuntos desta reportagem.

Nos últimos anos, o mercado brasileiro de TV por assinatura cresceu em média 30%. O grande acontecimento ocorreu em junho de 2011 quando com um pouco mais de 11 milhões de assinantes superou o México e se posicionou como o principal mercado da América Latina, segundo dados da **Anatel**. Durante o primeiro semestre deste ano, com um share de mercado de 46,9% o cabo também foi superado pelo DTH, com 50,6%, supremacia que hoje aumentou ainda mais.

Desde então, até junho de 2013 ultrapassou os 17 milhões, ou seja algo mais de 6 milhões de novas residências, 36% de aumento. Uma fonte que conhece de perto o mercado brasileiro indicou à Prensario: 'O desafio é como manter esse dinamismo. Depois de crescer 30% nos últimos 3 anos, espera-se que o crescimento total para este ano fique perto dos 20%. Ainda é muito, mas existe uma desaceleração'.

O relatório da **Anatel** de maio deste ano, aponta: 'Com a redução de 35.260 assinantes em maio de 2013, o Brasil terminou o quinto mês do ano com 16,93 milhões de domicílios com TV por assinatura, representando uma queda de 0,21% na base de clientes em relação a abril. Considerando-se a média de 3,2 pessoas por residência, divulgado pelo IBGE, o serviço de TV por assinatura chega a 54,2 milhões de brasileiros e está presente em 27,9% das residências'.

Paulo Bernardo, ministro das Comunicações, João Rezende, presidente de Anatel; Manoel Rangel, presidente de Ancine participam de novo nesta edição 2013 do ABTA Feira e Congresso

A queda registrada foi influenciada principalmente pelo resultado negativo de 130.450 de assinantes do **Grupo Sky**. A **DirecTV** (controladora da Sky) nos Estados Unidos, admitiu diante da Comissão de Valores Mobiliários (SEC) daquele país que a **Sky Brasil** esteve declarando ao redor de 130.000 assinantes a mais dos que realmente existiam; a empresa brasileira justificou a redução, declarando que "limparam" a base de assinantes.

Outro fator negativo foi a perda de clientes do serviço MMDS, cujo espectro está sendo transferido às empresas de telecomunicações: a Telefônica perdeu 63.500 clientes nos primeiros meses de 2013. É possível observar claramente uma pausa no mercado, já que o ritmo de crescimento foi menor nestes meses.

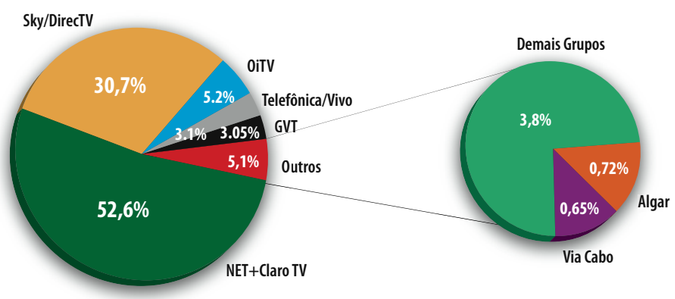
No entanto, alguns dias depois do anúncio da Sky, a Net afirmou que a Anatel registrou 110.000 clientes menos do que a companhia tinha declarado. Controlada pela **América Móvil**, de **Carlos Slim**, a **Net** possuía 5.677 milhões de clientes, mas a Agência informou 5.573 no relatório mensal de maio. Segundo a empresa, o aumento da base de clientes foi de 59.200, mas a Antel incluiu apenas 36.200. Se o número estiver certo, não houve redução de mercado.

Com a segunda correção, o mercado excederia os 17 milhões há três meses. Para a Private Advisor, atualmente são 17,8 milhões de clientes. A Anatel informou que a diferença de valores corresponde a diferentes critérios na provisão de dados por parte das operadoras.

Segundo estimativas da Prensario, 2013 finalizaria com uma expansão da ordem de 12% a 14%, metade do crescimento de 2012, quando o negócio se expandiu mais de 27%. A **América Móvil** (Net/Embratel) continua liderando o mercado com 8,9 milhões em maio, frente aos 8,8 milhões em abril; A **Sky** teve 5,212 milhões, frente aos 5,342 do mês anterior. A **Oi** cresceu de 857 mil a 885.000; a Telefônica continua perdendo assinantes, com 531.000 frente a 532.000 em maio, e a **GVT** chegou a quase 516.000 frente a 500.000 de maio.

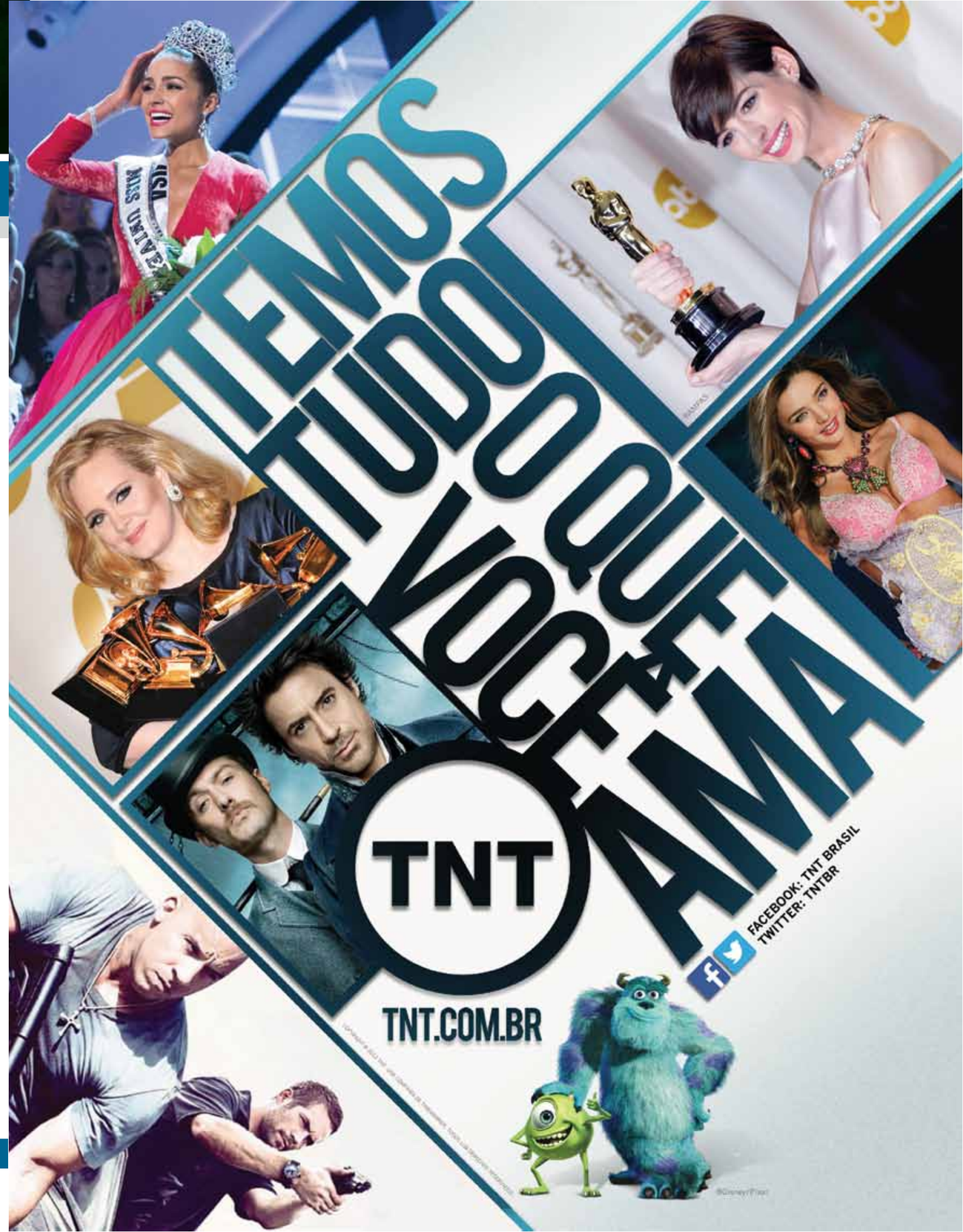
É importante destacar que, ao mesmo tempo em essa desaceleração ocorre, aumenta a oferta de

Market Share de TV por assinatura, por companhia (Maio 2013)



Fonte: Anatel

As traduções deste e dos outros textos que aparecem nesta edição foram realizadas por Daniel Oiticica



Os desafios do crescimento do Brasil

Carlos Slim da America Móvil controla o 52% do mercado de TV por assinatura brasileiro com a Net e Claro TV

operadoras e serviços. A **Net** está se expandindo a outras cidades com novas licenças; a **GVT** se posiciona como alternativa e compete com a **Vivo TV** da **Telefônica**, ganhando importante participação de mercado.

A companhia espanhola deixou de operar em março a TV paga por microondas, que oferecia serviço a 32 mil assinantes. A decisão cumpriu o exigido por um comunicado, emitido pela **Anatel** no início deste mês, que solicitava às operadoras desocupar a banda de 2,5 GHz, segundo informou a NexTV. O espectro foi utilizado pelas operadoras móveis para oferecer Internet móvel 4G nas cidades sede da Copa das Confederações. **Antonio Carlos Valente**, CEO da **Telefônica/Vivo**, informou que os assinantes foram comunicados, e revelou que 'era impossível' para a empresa transferi-los a outra tecnologia. O executivo também disse que em breve a banda de 2,5 GHz será esvaziada no estado de São Paulo.

Em relação ao serviço de FTTH e IPTV no Brasil, **André Krieger**, diretor de FTTH na Telefônica Brasil, explicou que a companhia conta atualmente com 115 mil assinantes de banda larga por fibra. Conta com 1 milhão de residências cabeadas e a expectativa é chegar a 200 mil clientes até o fim do ano.

Por outro lado, a **Telefônica Vivo** começou a operar o serviço de banda larga móvel 4G no Brasil, em São Paulo e nas seis cidades sede da Copa das Confederações de Futebol. Com a marca *Vivo 4G Plus*, Brasília, Fortaleza, Recife, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Salvador contarão com conexão banda larga móvel de alta velocidade, serviço que em breve chegará a Santo André, São Bernardo do Campo e São Caetano do Sul (Estado de São Paulo).

Entre as grandes perguntas dos protagonistas do mercado aparecem duas: se a **Sky** poderá manter sua posição em DTH com a ameaça da **Claro TV** e **OiTV**, especialmente agora que esta última contratou a totalidade dos *transponders* para banda Ku do novo satélite SES-6, recentemente lançado no Cazaquistão; e se a **Dish** finalmente entrará no mercado. A mesma fonte contou à Prensario: 'Sabemos com certeza que a **Dish** operará no Brasil, apesar de ainda não haver definição de como será: se sozinha ou com sócios estratégicos; e neste último caso com quem'.

De acordo com a TelaViva, com esta aquisição a Oi duplica sua capacidade em TV por assinatura e aumenta em 30% sua capacidade total em telecomunicações. Na banda C, o SES-6 substituirá o conhecido NSS 806, que até agora distribuiu uma grande quantidade de sinais de TV por assinatura no Brasil, e poderá adicionar novos canais desde que a sua capacidade passou a 540 Mhz, 50% a mais que o NSS 806. O NSS 806 ocupa a posição 40,5ºW, onde o SES-6 estará, mas seria movido à 47,5ºW e continuaria prestando serviço, se o governo brasileiro autorizar.

O mesmo veículo apontou outra característica interessante do novo satélite: terá cobertura no Atlântico Norte, o que permitirá às empresas aéreas e marítimas contratarem largura de banda para que os passageiros de aviões e cruzeiros de turismo possam se comunicar com o resto do mundo enquanto atravessam esta região.

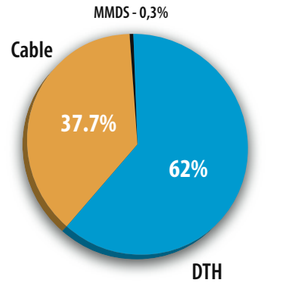
Segundo a Folha de São Paulo, a **Dish** teria enviado sua solicitação de autorização de operações DTH para a Anatel, e também teria negociado com a **Oi** (querendo replicar a sociedade que opera com a **MVS** no México), mas sem sucesso. A proposta para a **Telefônica** foi oferecer DTH aos seus assinantes que recebiam o serviço por microondas (assim como fez com a **Más TV** no México) que a empresa espanhola teve que devolver pelas licitações de espectro 4G das quais está participando. Para a Dish, que tem satélite concedido mas carece por enquanto de estrutura comercial de apoio, o crescimento da **Oi** complicaria ainda mais os aspectos estratégicos para sua entrada neste mercado.

E existe muita coisa em jogo: investiu R$145 milhões (72,5 milhões de dólares) na aquisição (pela Hughes, empresa também controlada pela Ergen) de uma posição satelital, pagando mais que o triplo do valor estimado pelos seus concorrentes, entre eles a Sky. Neste lugar, a Hughes colocou meses depois um satélite que serviria ao mercado mexicano e à Dish México em particular.

Segundo o jornal paulista, a quase certeza da apresentação da Dish para a Anatel indica que a Ergen decidiu se lançar por conta própria, já que em tais solicitações deve ser indicado se existe algum tipo de compromisso com outros postulantes existentes ou potenciais. Pelo regulamento da Anatel, a partir da autorização são concedidos cinco anos para o início das operações. Para a Folha, citando analistas locais, o preço dos pacotes DTH no Brasil poderiam cair até 30% com este novo player, estratégia similar à aplicada no México.

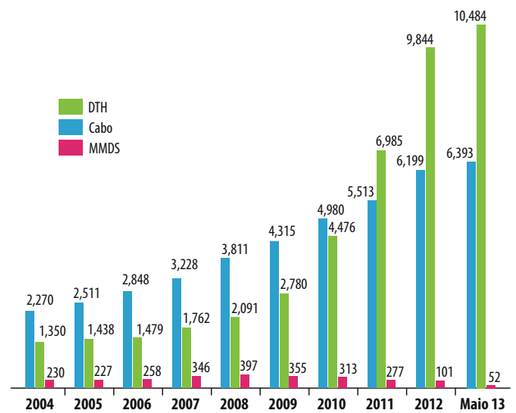
A Sky planeja lançar um novo satélite no ano

Market Share de TV por assinatura, por tecnologia



Fonte: Anatel

Evolução TV por assinatura (2004-Maio 2013)



Fonte: Anatel

Seu mascote eternamente fiel.

OS ANOS 90 PROMETERAM UMA VIDA INCRÍVEL.
THE TRUMAN SHOW AINDA CUMPRE.

UM MÊS DEDICADO AOS FILMES
QUE MANTÊM VIVA UMA DÉCADA.
DE 1º A 31 DE AGOSTO, ÀS 22H

TCM 90s

#TCMamaos90 tcmbrasil @tcmbrasil tcm.amocinema.com

MÉXICO / COLOMBIA / VENEZUELA / CENTRO AMÉRICA / CARIBE
Luis.Bolio@turner.com
Tel: (52-55) 5089-6272

CHILE / BOLIVIA / PERU
Gustavo.Minaker@turner.com
Tel: (56-2) 367-2200

ARGENTINA / URUGUAY / PARAGUAY
Juan.Belassanien@turner.com
Carlos.Cordero@turner.com
Tel: (54-11) 4318-3100

BRASIL
Anthony.Doyle@turner.com
Tel: (55-11) 5501-4700

TM & © 2013 TCM - Uma empresa Time Warner. Todos os direitos reservados.

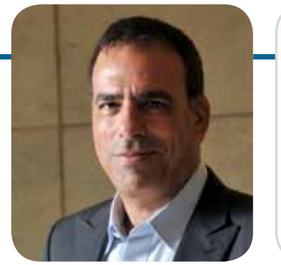
Os desafios do crescimento do Brasil

que vem para aumentar sua oferta de sinais em HD, o que envolveria um investimento de 150 milhões de dólares. Os canais HD ocupam 2,5 vezes mais espaço que os canais convencionais, e o aumento da oferta deste tipo de sinais implica um aumento do espaço físico disponível. Atualmente, a Sky Brasil conta com uma grade de 47 sinais em HD e 140 em SD. De acordo com a Folha de São Paulo, canais como a **Record News**, **MTV**, **Sportv HD** e **ESPN HD** vem reclamando um espaço na grade da operadora de DTH.

O mercado

A penetração da TV por assinatura no Brasil (28% segundo várias fontes) revela ainda índices menores que em outros países da região, como Argentina, Uruguai, Colômbia e México, mas a concorrência é intensa.

As classes C e D (média, média baixa e baixa) são as que contribuem com quase a totalidade de novos assinantes para a TV paga no Brasil, já que 95% das novas contas obtidas pelas operadoras atualmente são de pessoas que provêm desses segmentos socioeconômicos.



Amos Genish, CEO da GVT, e Antonio Carlos Valente, CEO da Telefônica/Vivo TV. A GVT está crescendo no mercado de TV por assinatura competindo diretamente com a Telefônica Vivo

Foi a essa conclusão que chegou um estudo sobre hábitos de consumo dos usuários de TV por assinatura da Classe C, realizado pelo **Instituto Data Popular**, e apresentado por seu sócio-diretor **Renato Meirelles**, durante o Congresso da NeoTV, realizado em abril, em São Paulo.

A pesquisa estabeleceu que 29% dos assinantes é "entrante", e que de cada 100 novos clientes de TV paga, 95 provêm das classes C e D, dos quais 79% contratam o serviço por menos de dois anos. Somados aos assinantes que chegam da Classe C e os que vêm da Classe D, representam 66% da base total da TV por assinatura no país, ou seja, uns 10,89 milhões de assinantes.

O trabalho também fez perguntas sobre os hábitos de consumo e as preferências de conteúdo destes grupos, dando ênfase à Classe C. Ficou constatado que somente 18% dos entrevistados deixaram de ver a TV aberta depois de contratar a TV paga, cujos conteúdos mais assistidos são séries e filmes (73%), notícias (57%), esportes (53%) e infantis (35%).

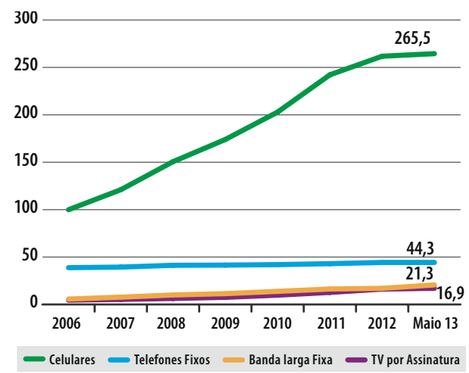
New Media e banda larga

Junto com a expansão da TV paga, estão os serviços de VOD e OTT. Os principais players são a *Now* da Net, GVT e **Claro,** que em abril lançou *Clarovideo*, marca comercial que utiliza a plataforma da **DLA**, comprada por **Carlos Slim** no ano passado. E está chegando a **Totalmovie,** do **Grupo Salinas** do México (ver entrevista nesta edição).

Os assinantes da Claro recebem um catálogo de conteúdo por 13,90 reais (US$ 6,46). Além disso, podem ter acesso a filmes recém lançados por 6,90 reais (US$ 3,20) cada um. **Alexandre Olivari**, diretor de serviços de valor agregado e roaming da Claro, explicou que 'o lançamento busca ampliar a liderança do **Grupo América** móvel na TV paga e vídeo o ndemand e no serviço de banda larga móvel'.

Por outra lado, a expansão da banda larga móvel permitiu ao Brasil chegar aos 100 milhões

Evolução de acessos por serviço (2006-2013)



Fonte: Anatel

Brazil: the challenges imposed by growth

Though its expansion rate has fallen in 2013, in June 2011 the Brazilian pay TV market was at 11 million subscribers and has recently exceeded 17 million, 55% more than two years ago and having surpassed Mexico as the largest in Latin America. The challenge now is to maintain a high growth rate, a target some local sources put at 20% per year and at this particular moment seems difficult to maintain. But, after all, this is Brazil!

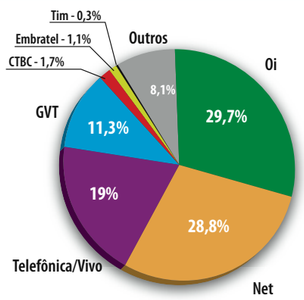
Aside from the economy standstill that many expect to be transient, there's still plenty of room for additional growth, with the cable operators expanding services to a number of additional cities and increased competition posed by existing players –telcos GVT and Oi among them—and the expected arrival of Dish, which has successful operations in the U.S. and Mexico. Dish an orbital position, and is moving to Brazil a satellite originally planned for Mexico.

In addition to this, pay TV penetration in Brazil remains one of the lowest in the region, in the order of 28%, vs. highs of more than 70% in Argentina and averages around 40% in various other markets. The pay TV 2013 slowdown has prompted some locals to recall the old saying "Broadcast TV is so good in Brazil that there is little need for pay TV" but a recovery would shelve, once again, this argument that defies the fundamentals of the business.

There are two more drives toward expansion: VOD/ OTT, making content available outside the household plus overriding the limits imposed by linear programming, and Internet access, a revenue stream that on a worldwide level is becoming the major income source tio the telcos and cable operators. The Brazilian government has ordered the MMDS pay TV operators to vacate the spectrum they have been exploiting for decades; they will get some money from the telcos as reimbursement for their investment and expected profit, but this also opens a window to satellite-delivered services that will be able to provide two-way services through localized terrestrial spectrum, a wild card according to some local analists.

Os desafios do crescimento do Brasil

Market Share de Banda Larga, por tipo de acesso (Maio 13)



Fonte: Operadores e Anatel

de acessos à Internet, afirmou em maio **Antonio Carlos Valente**, presidente da **Associação Brasileira de Telecomunicações** (Telebrasil).

Valente considerou que a redução de preços na banda larga e telecomunicações móveis 'permitiu esta conquista', e que os equipamentos móveis (264,05 milhões de clientes em março) 'é um dos principais fatores de inclusão digital'. De acordo com um relatório da **TelaViva**, cerca de 90% da população brasileira vive em áreas com telecomunicações 3G e o custo do minuto de voz celular caiu 18% de 2012 a 2013, ficando em 17 centavos de real, uns 7,9 centavos de dólar.

O diretor criticou o nível de impostos pagos pela indústria, calculado em 44% do total do faturamento e que representou 60 bilhões de reais (30 bilhões de dólares) em 2012. Valente também se queixou do nível de burocracia municipal e estadual existente: 'Estamos obrigados a fazer estudos de impacto ambiental, tratando-se de uma indústria que não contamina'.

Ley SeAC

A partir do próximo mês entra em pleno funcionamento a exigência das cotas de programação e conteúdo da lei SeAC para canais de TV por assinatura: um terço de canais nacionais nos pacotes das operadoras e 3 horas e 30 minutos semanais de conteúdo brasileiro em horário nobre em todos os canais.

Manoel Rangel, presidente e diretor da **Ancine**, ressaltou recentemente que 'avança bem' a aplicação da lei e que existe uma 'grande aceitação e acatamento' por parte dos empacotadores e programadores nacionais e estrangeiros.

'Podemos afirmar que o primeiro ciclo de implementação da lei foi cumprido, os principais objetivos foram atingidos, e pudemos fazer uma transição suave para um novo modelo. Quase todas as empresas fizeram um esforço para se adaptar. O saldo geral deste período é muito positivo', disse Rangel durante a apresentação no Fórum Brasil de junho. Entre os pontos relevantes, o diretor destacou a baixa judicialização e o 'amplo diálogo' gerado a partir da entrada da lei em vigor.

Fernando Medín, SVP e diretor geral da Discovery Networks Brasil; Silvia de Jesus, presidente da Blue Interactive; Eduardo Aspesi, diretor de segmentos da OiTV; e José Feliz, presidente da Net

Apagão analógico

O Ministério das Comunicações do Brasil anunciou que a primeira fase do apagão analógico será concretizado em 2015 e abrangerá a desconexão em 1.521 municípios. **Patricia de Ávila**, diretora de subvenções do Minicom, expressou em maio aos meios de comunicação locais que o processo será iniciado em março, quando 61 emissoras deixarão de transmitir televisão analógica em Brasília e em nove cidades da região.

Em abril, estará concretizado o apagão analógico na região metropolitana de São Paulo, que inclui 64 cidades. Em maio está prevista a desconexão das regiões metropolitanas de Campinas, Santos e Jundiaí, que compreendem 133 cidades. Em agosto e setembro será a vez da região Nordeste. Norte e Centro-Oeste realizarão a desconexão até outubro de 2015.

Ávila afirmou que o cronograma é 'provisório e poderá sofrer ajustes' até sua publicação no Diário Oficial da União (DOU). A diretora acrescentou que o governo levou a cabo vários estudos para 'garantir que cada processo seja realizado de forma segura e eficiente'.

Em declarações a NexTV LatAm, **Genildo Lins**, secretário de serviços de comunicação eletrônica do Minicom, disse que serão subsidiadas STB a população de baixos recursos com a verba do Orçamento Nacional, valor que pode variar entre 250 e 2 bilhões de dólares.

Classificação dos canais, segundo Anatel (Julho 2013)

Canal Brasileiro de Espaço qualificado (5º do Art. 17 da lei)

Conteúdo em geral:
Cine Brasil TV
Curta! o Canal Independente
Prime Box Brazil / Prime Box Brazil HD

Canal Brasileiro de Espaço qualificado (4º Art. 17 da lei)

Conteúdo em geral:
Canal Brasil
Cine Brasil TV
Curta! o Canal Independente
Prime Box Brazil / Prime Box Brazil HD

Canal Brasileiro de espaço qualificado de programadora brasileira independente

Conteúdo em geral:
Cennarium TV / Cennarium TV HD
Chef TV
Cine Brasil TV
Curta! o Canal Independente
Fashion TV Brazil / Fashion TV Brasil HD
FishTV / FishTV HD
Mundo TV
Prime Box Brazil / Prime Box Brazil HD
Supermix
TAL – Televisão América Latina
Travel Box Brazil / Travel Box Brazil HD
WooHoo

Conteúdo infantil e adolescente:
TV Rá Tim Bum!

Conteúdo videomusical:
Music Box Brazil / Music Box Brazil HD

Canal Brasileiro de espaço qualificado

Conteúdo em geral:
+ Globosat / + Globosat HD
Arte 1 / Arte 1 HD
Canal Brasil
Cennarium TV / Cennarium TV HD
Chef TV
Cine Brasil TV
Curta! O Canal Independente
Fashion TV Brazil / Fashion TV Brazil HD
FishTV / FishTV HD
GNT / GNT HD
Mundo TV
OFF (EM SD) / OFF
Play TV
Prime Box Brazil / Prime Box Brazil HD
Supermix
TAL – Televisão América Latina
Travel Box Brazil / Travel Box Brazil HD
WooHoo

Conteúdo infantil e adolescente:
TV Rá Tim Bum!

Conteúdo videomusical:
Bis / Bis HD
Music Box Brazil / Music Box Brazil HD

ABTA 2013: "Um novo ciclo de crecimiento"

Paulo Bernardo novamente no painel de apertura

Promovido pela **Associação Brasileira de TV por Assinatura** (ABTA) e organizado pela **Converge Comunicações**, uma nova edição da **ABTA Feira e Congresso** se realiza os dias 6,7 e 8 de agosto no Transamérica Expo Center em São Paulo. Como já é comum, mostra uma forte participação política com representantes do Governo, do Senado e das principais entidades reguladoras, como a **Agência Nacional de Telecomunicações** (Anatel) e a **Agência Nacional do Cinema** (Ancine).

Pelo terceiro ano consecutivo, **Paulo Bernardo**, ministro das Comunicações e figura importantíssima no impulso político da lei SeAC está no painel de apertura junto ao novo diretor geral da ABTA, **Oscar Simões**, e o presidente da Anatel, **João Rezende**.

Debates

Desde 2003, o Brasil vem crescendo em cinco vezes, alcançando em junho 17 milhões de assinantes de vídeo, mais de seis milhões de clientes banda larga e cerca de cinco milhões de clientes de voz. A tecnologia DTH superou para sempre o cable (62% frente a 37% de share) e a TV por MMDS já quase não existe (apenas 52.000 assinantes, trás a saída de **Telefônica**).

A inovação também está presente em novas formas de levar conteúdo: sob demanda, através das redes de banda larga, de forma não-linear, OTT, TV Everywhere. O mercado já conta com um novo marco legal, novos players na distribuição —recentemente, o **Grupo Salinas** do México anunciou o lançamento da **Totalmovie** (ver reportagem nesta edição)—, novos provedores de conteúdo e se prepara para um novo ciclo de expansão.

Neste contexto, a abertura do evento com o ministro **Paulo Bernardo** tem como tema central *Um novo ciclo de crescimento* durante a qual o Ministro das Comunicações vai dar sua visão sobre o cenário atual e as perspectivas para o futuro deste setor no país.

Forte presença da industria

Os executivos mais importantes dos operadores de TV paga integram os distintos painéis. Participam entre outros **José Félix**, presidente da **Net Serviços**, **Antonio João Filho**, diretor executivo da **Claro TV**, **Ariel Dascal**, diretor geral da **OiTV**. Também **Alex Jucius**, novo diretor executivo da NEOTV, a organização

Paulo Bernardo, ministro das Comunicações, está novamente no painel de apertura

que representa os operadores independentes como a **BVCi**, **Cabo Telecom** e **Tech Cable** de diferentes regiões do Brasil. Todos eles, grandes e pequenos, estão presentes nas matérias desta edição da Prensario.

ABPITV participa com seu presidente **Marco Altberg** e produtores independentes de conteúdo nas palestras e a **Abrint**, que reúne a os provedores de Internet. As sinais locais (**Cinebrasil TV**, etc.) e internacionais (**Fox**, etc.), e também importantes debates sobre tecnologia e novas mídias (**DLA**, etc.). Finalmente, apresentações dos diretores técnicos dos operadores que debatem sobre como otimizar o uso de redes com os novos serviços de ultra banda larga; ofertas convergentes e importância adquirida pelas plataformas IT e os novos mídias.

José Felix, presidente da Net

José Francisco Araujo Lima, diretor de relações institucionais, regulação e novas mídias, Organizações Globo

Marco Altberg, presidente de ABPITV

Carlos Moltini, CEO de Cablevisión Argentina e Juan Vázquez, VP de Estratégias de VTR (Chile), são alguns dos convidados internacionais mais importantes

ABTA 2013: "A new growth cycle"

Promoted by the Brazilian Pay TV Association, produced by Converge Communications, this new edition of this industry conference and exhibition is being held on August 6-8 at the Transamerica Expo Center in São Paulo. As usual, there is strong government participation: telecommunications watchdog Anatel, movie industry regulator Ancine and Communications Minister Paulo Bernardo delivering the opening keynote speech.

The market has expanded five-fold since 2003, in June officially exceeded the 17 million subscribers mark, with DTH having a dominant market share (62% vs. Cable's 37%), wireless services being decimated by the decision to apply the bandwidth they have been exploiting to telephony and Internet access. At the same time, there is a strong innovation drive in the way content is delivered to final users: VOD, broadband, OTT, in addition to linear TV. Minister Bernardo will focus his speech on what he defines as "A New Growth Cycle" resulting from these innovations.

Strong industry attendance is expected too, with the top executives from Net, ClaroTV, OiTV, NeoTV and smaller players joining the discussion panels. Among the issues to be discussed, compliance with official regulations (the SeAC law) without losing profitability will be key.

ABTA: os desafios de um setor dinâmico

Fala o novo presidente de associação

Oscar Simões, presidente de ABTA

Oscar Vicente Simões de Oliveira, presidente de ABTA, comentou a Prensario: 'Este primeiro ano da atual gestão, iniciada em agosto de 2012, foi de trabalho intenso e dinâmico por conta de novos cenários. O setor vem de uma seqüência de crescimento de aproximadamente 30% ao ano, nos últimos três anos. Tivemos mudança no marco regulatório, com enorme impacto em todos os elos da cadeia de valor, situação que sempre provoca apreensão especialmente com a possibilidade de pressão por elevação de custos'.

'Para culminar esse momento de apreensão, o setor enfrentou o risco de ter sua carga tributária majorada, o que, se confirmado, traria nova e inesperada pressão de custos, impactando o ciclo virtuoso que temos vivido nos últimos anos. Durante este período, tivemos a satisfação de ver o mercado brasileiro passar da 10ª para a 6ª posição no mercado global, em número de assinantes, segundo **Zenith Optmedia** (2012)'.

'E vale ressaltar dois pontos muito positivos: os preços dos pacotes básico e básico estendido da TV paga no Brasil se mantém abaixo da média mundial, segundo pesquisa da **Fipe**, e a avaliação média do assinante em relação à qualidade do serviço fica acima de 8, em uma escala de zero a 10 (pesquisa **H2R/ABTA**).

'Outras questões importantes demandaram ações da ABTA nestes 12 meses: o combate à pirataria e o movimento iniciado pela Associação que está culminando em mudanças nas regras de cobrança por direitos autorais pelo **Escritório Central de Arrecadação e Distribuição** (Ecad)', disse Simões de Oliveira.

A indústria de telecomunicações tem grandes desafios para enfrentar nos próximos anos. Segundo os estudos do setor (**Cisco Visual Networking Index**), o tráfego de dados IP deve mais que dobrar até 2017 no Brasil, chegando ao equivalente a 10 bilhões de DVDs por ano. Isso exigirá investimentos pesados em infra-estrutura e serviços – principalmente para atender aos picos de demanda durante a Copa do Mundo de 2014 e Jogos Olímpicos de 2016. E ainda há gargalos importantes para enfrentar, como a tributação excessiva e a qualificação de mão de obra em vários segmentos desta indústria.

A feira e congresso

O diretivo sinalou que o setor 'continuará crescendo' nos próximos anos, uma vez que o mercado ainda não atinge 30% de penetração nos lares brasileiros. 'A Copa do Mundo de Futebol em 2014 e os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro em 2016 são apenas dois fatores que vão impulsionar ainda mais esse crescimento'.

ABTA 2013 conta com 45 expositores nacionais e 56 internacionais, em uma área de aproximadamente 3.000 metros quadrados. Há cinco painéis temáticos, com a participação de empresas de TV por assinatura, telecomunicações, agências de publicidade, anunciantes, mídia digital, tecnologia, produtoras de conteúdo, consultorias e governo. Tem ainda 17 painéis de debates e oito sessões dos *Seminários de TV por Assinatura* (STA). Cerca de cem palestrantes foram convidados de acordo com sua especialidade nos temas.

Simões de Oliveira completou: 'ABTA entrou a partir deste ano na *Aliança Contra a Pirataria* na TV por Assinatura. Os membros da *Aliança* são as maiores empresas na América Latina, que reúnem seus conhecimentos e recursos na luta contra a pirataria. Também temos uma parceria com o **Sindicato Nacional das Empresas Operadoras de Televisão por Assinatura e Serviço de Acesso Condicionado** (SETA), onde estamos firmando convênios de capacitação técnica e certificação da mão-de-obra, visando a melhoria da qualidade do serviço'.

Highlights do Brasil e ABTA:

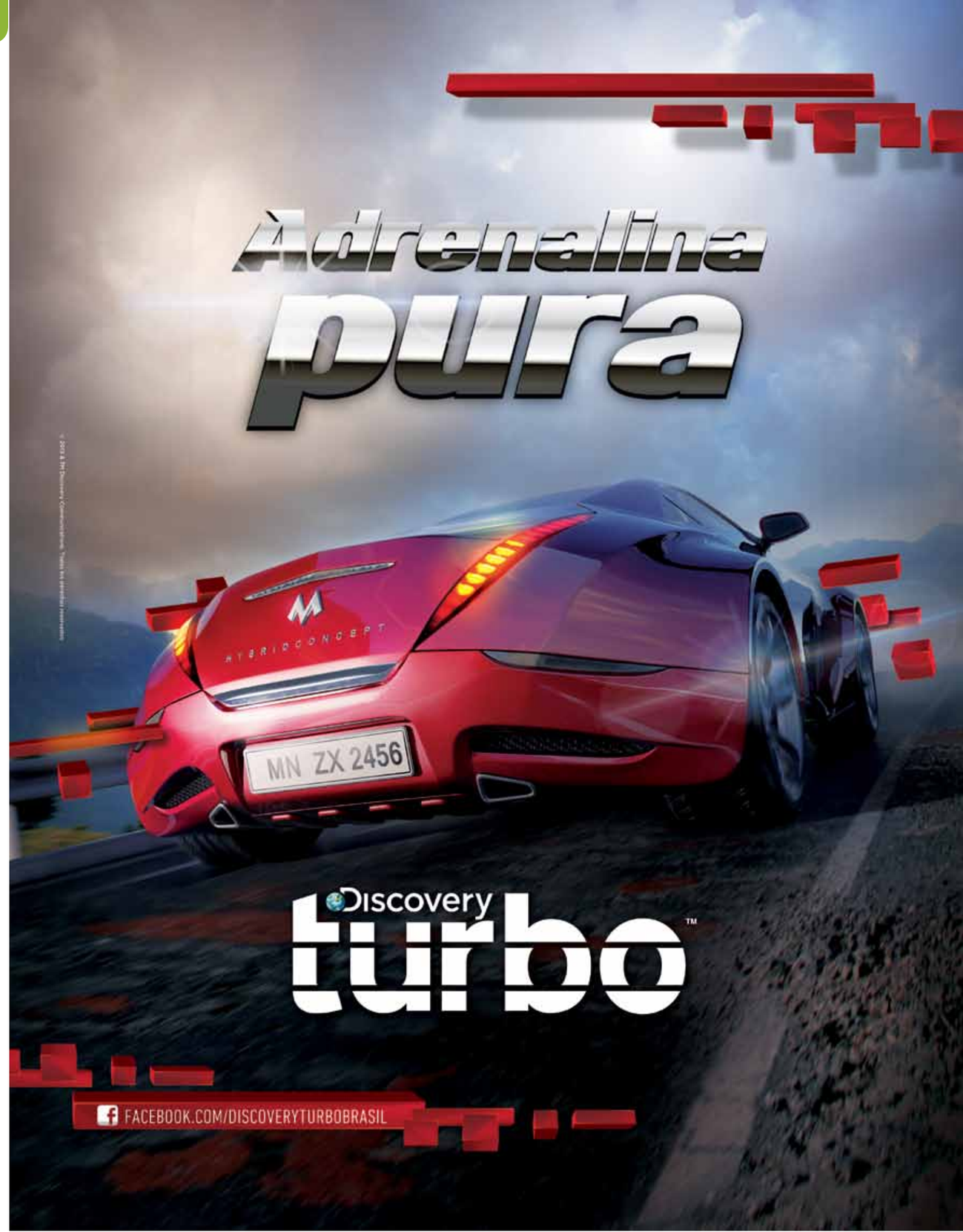
- O Brasil passou da 10ª para a 6ª posição no mercado global, em número de assinantes, segundo Zenith Optmedia (2012).

- Os preços dos pacotes básico e básico estendido da TV paga se mantém abaixo da média mundial, segundo pesquisa da Fipe.

- ABTA 2013 terá 45 expositores nacionais e 56 internacionais, em 3.000 metros quadrados.

- Há cinco painéis temáticos (TV por assinatura, telecomunicações, agências de publicidade, anunciantes, tecnologia) e 17 Seminários com cerca de 100 palestrantes convidados.

contenido televisión manténete conectado a toda la información síguenos en @PRENSARIO en Prensario



Programação ABTA 2013

Horário	Dia 06/08-Terça			Dia 07/08-Quarta			Dia 08/08-Quinta		
08:00	Credenciamiento			Credenciamiento			Credenciamiento		
09:00	OPE 1	OPE 2	STA 1	PAINEL 2			PAINEL 4	PAINEL 5	
10:30	Intervalo			Intervalo			Intervalo		
11:00	OPE 3	PROG 1	STA 2	PAINEL 3			PROG 3	TEC 4	STA 6
12:30	Sessão especial 1			Sessão especial 2			PROG 4	STA 7	STA 8
14:00	PAINEL DE ABERTURA			REG 1	TEC 1	STA 3	Painel de encerramento		
15:30	Intervalo			Intervalo			Visitacao a feira		
16:00	PAINEL 1			PROG 2	TEC 2	STA 4			
17:30	Visitacao a feira			REG 2	TEC 3	STA 5			
18:30				Sessão especial "Fim de Expediente ao vivo"					

Painel de abertura – *Um novo ciclo de crescimento*
Palestrantes: Paulo Bernardo, Ministro das Comunicações; Oscar Simões, presidente da ABTA
Convidados: João Rezende, presidente da Anatel; Manoel Rangel, diretor presidente da Ancine
Palestra internacional: Adriana Menezes Whiteley, consultora sênior da Farncombe

PAINEIS ESTRATÉGICOS

PAINEL 1 – *Uma visão global sobre o futuro da TV por assinatura*
Palestrantes internacionais: Carlos Moltini, CEO da Cablevisión; Juan Vasquez, VP de estratégias da Liberty Global
Palestrantes: José Felix, presidente da Net Serviços; Alberto Pecegueiro, diretor geral da Globosat; Silvia de Jesus, presidente da Blue Interactive; Gustavo Leme, diretor geral da Fox

PAINEL 2 – *Publicidade: o peso dos 17 milhões de assinantes*
Painelistas: Orlando Marques, presidente da ABAP; Rafael Sampaio, vice-presidente da ABA; Fred Müler, diretor executivo comercial da Globosat; Guilherme Valentini, VP de publicidade da Fox; Diego Oliveira, diretor, Ipsos MediaCT

PAINEL 3 – *Novos cenários para a monetização de conteúdos*
Palestrante: Marcel Fenez, global entertainment & media leader da PwC
Debatedores: Gustavo Ramos, diretor de novas plataformas da Globosat: Roberto Piazza, diretor executivo da Telefonica/Vivo; Alvaro Paes de Barros, gerente de parcerias do Youtube

PAINEL 4 – *Conteúdos: as oportunidades (e riscos) que se abrem*
Palestrante: Manoel Rangel (Ancine)
Debatedores: Antonio João Filho, diretor geral da Claro TV; Paulo Saad, VP de canais pagos da Band/Newco; Fernando Medin, VP e country manager Brasil da Discovery Network; Denise Gomes, sócia e produtora executiva da BossaNovaFilms

PAINEL 5 – *As novas redes e a expansão da banda larga*
Palestrante: Maximiliano Martinhão, secretário de telecomunicações, Ministério das Comunicações
Debatedores: Alan Fischler, assessor especial da presidência do BNDES; Rodrigo Dienstmann, presidente da Cisco do Brasil; Fares Nassar, presidente da On Telecom

Sessão especial: *"Fim de Expediente ao vivo"*
Luis Gustavo Medina e José Godoy, da rádio CBN.

BLOCO OPERACIONAL

OPE 1 – *O que esperar dos novos players*
Palestrantes: Alex Jucius, diretor geral da NeoTV; Basílio Perez, presidente da Abrint
Neusa Risette, Consultora

OPE 2 – *Como planejar (e financiar) a construção das redes*
Palestrantes: Laerte Davi Cleto, coordenador geral de DICT do Ministério das Comunicações; Antônio Salles, sócio e consultor da QAMTV

OPE 3 – *Perspectivas e cenário econômico para o setor*
Palestrantes: Ariel Dascal, diretor geral da Oi TV; André Guerreiro, diretor de mercado da Net Serviços; André Telles, diretor geral da SIM TV

BLOCO REGULATÓRIO

REG 1 – *Anatel: desafios para o crescimento do mercado*
Palestrantes: Marcelo Bechara, conselheiro da Anatel; Edmundo A. de Souza e Silva, pesquisador e consultor, UFRJ
Debatedores: Gilberto Sotto Mayor, diretor de regulamentação da Net Serviços; Roger Karman, diretor geral da Net Angra

REG 2 – *Ancine: avaliação e perspectivas*
Palestrantes: Rosana Alcântara, diretora da Ancine
Debatedores: Cristina Bandiera, diretora de marketing e conteúdo da Claro TV; Fernando Magalhães, diretor de programação da Net Serviços; Marco Altberg, diretor geral da ABPI-TV
Moderador: Oscar Simões, presidente da ABTA

Sessão especial 1 – *Cade, Ecad e os direitos autorais na TV por assinatura*
Debatedora: Leonor Cordovil, advogada

Must Carry: a relação entre TV paga e TV aberta
Debatedores: Marcelo Bechara, conselheiro da Anatel; Genildo Lins, secretário de comunicação eletrônica do Ministério das Comunicações; Marcelo Meira, VP de televisão da Band; Marcos Bitelli, advogado da Bitelli Advogados; José Francisco Araujo Lima, diretor institucional das Organizações Globo

BLOCO TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS

TEC 1 – *O espaço para a alta definição*
Palestrantes: Roberto Primo, diretor de tecnologia da Globosat; Leandro Gaunszer, diretor comercial da Media Networks

TEC 2 – *Banda larga: agora wireless, 4G e via satélite*
Palestrantes: Carlos André Lins de Albuquerque, diretor de operações da On Telecom; Hugo Ramos, gerente de tecnologia da Net Serviços

TEC 3 – *A evolução das redes na visão dos CTOs*
Palestrante: Daniel Howard (SCTE)
Debatedores: Marcelo Parraga, diretor de tecnologia da Net Serviços; Claudio Zylberman, diretor de tecnologia da Claro TV; Décio Feijó, gerente geral de tecnologia da CaboNatal Telecom

TEC 4 – *Como a TV por assinatura muda com o uso das redes IP*
Palestrantes: Mark Jensen, VP Cable Sales Development da Ericsson, Rafael Sgrott, diretor de vídeo da Vivo TV Rogério Takayanagi, diretor geral da TIM Fiber

BLOCO DE PROGRAMAÇÃO

PROG 1 – *A vida depois das cotas*
Painelistas: Cicero Aragon (BoxBrasil); Tereza Trautman (Cinebrasil TV); Roberto D'Ávila (Moonshot); Roberto Martha (Viacom)
Moderadora: Cristina Padiglone, colunista do O Estado de São Paulo

PROG 2- *Bola na rede: o peso do esporte na programação*
Painelistas: Guilherme Lenz (Esporte Interativo); Pedro Garcia (SporTV); Eduardo Zebini (FOX)

PROG 3 – *TV everywhere: o assinante estava lá?*
Painelistas: João Mesquita (Telecine); Marcelo Assumpção (DLA); João Worcman (Synapse)

PROG 4 – Em busca do novo telespectador
Painelistas: Paulo Franco (Fox); Beatriz Mello, diretora de pesquisa e insights da Discovery Networks; Giani Scarin (Globosat); Juliana Sawaia, gerente de Learning & Insights do Ibope Media
Moderadora: Keila Jimenez, colunista da Folha de São Paulo

SET Broadcasting & Cable 2013

Entre os dias 20 e 22 de agosto no Centro de Exposições Imigrantes, São Paulo, Brasil, realiza-se uma nova edição da Feria Broadcast & Cable, a principal Feira de Engenharia de Televisão e Radiodifusão de Brasil e uma das mais importantes da América Latina, sendo direcionada aos profissionais, empresários e executivos do mercado de produção e distribuição de conteúdo eletrônico de multimídia, incluindo TV aberta e por assinatura, rádio, internet, indústria, produção e telecomunicações.

O evento reúne os principais fornecedores, representantes e distribuidores do segmento broadcast, que exibem seus produtos e serviços, além dos últimos lançamentos e novidades do setor.

A Feira conta com a participação de cerca de 200 empresas expositoras que representam aproximadamente 400 marcas nacionais e estrangeiras e com a expectativa de visitação de 10.000 profissionais originários de diversos países da América do Sul e do Norte, Europa e Ásia.

Com a cercania do mundial de futebol, os Jogos Olímpicos e o investimento feito no Brasil, as expectativas são como sempre muito altas. A digitalização das operações no interior, sobre todo dos municípios mais longes das principais cidades ainda

O painel inaugural de SET Broadcast & Cable 2012

tem muito caminho por percorrer, e faz interessante a Feria. É a mesma realidade do resto de Latino América, mais a escala do mercado é maior, por tanto as marcas internacionais sempre estão olhando para o Brasil e desenvolvendo soluções especificas para os operadores brasileiros, que gostam de ficar na vanguarda tecnológica.

Congresso SET 2013

O Congresso de Tecnologia de Televisão SET 2013 que acontece entre os dias 19 e 22 de agosto, das 9h às 17h. e dentro do marco da Feria B&C, é organizado e promovido pela Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão (SET).

Além das tradicionais palestras com profissionais de destaque do mercado, haverá talk shows, tutoriais e debates onde serão discutidos os atuais cenários do mercado broadcasting e suas futuras tendências.

As 44 sessões planejadas se realizam em 5 auditórios do Pavilhão de Convenções Imigrantes, onde cerca de 170 palestras serão o foco de atenção de este ano onde se espera a participação de 1.400 congressistas.

Genildo Lins, secretario de Anatel de Brasil, Patricia Avila, directora, y Marcelo Bechara de Anatel en el stand de Hitachi/Linear, con Carlos Fructuoso

Roberto Franco e Olimpo Franco, presidente de SET

Raimundo Barros, de Globo, Adriano Bedoya, de Fujifilm

Werner Michels, da Terra; Marcio Carvalho, de Net; Fernando Bittencourt, da TV Globo; e Anderson Andre, da Cisco

Raimundo Lima y Roberto Franco de SBT, Luis Melucci Line Up Brasil

Todos os ganadores dos prêmios em SET 2012

Nelson Faría, de Globo

Cristiano Barbieri e Felipe Luna da Harris com o prêmio entregado por Liliana Nakonechnyj

Olimpio Jose Franco: 'planejar o que já estava planejado'

Olimpio Jose Franco, presidente da **SET** em conversa com Prensario falou dos últimos trabalhos que eles vem fazendo desde a SET em apoio da industria.

Como todos sabem a Set tem por missão estudar e entender as questões técnicas e operacionais e á vez colaborar com poder regulador e de comunicações no pais; estudar, discutir, testar propor padrões para o setor Broadcaasting; e unir congregar profissionais e empresas do setor Broadcasting.

'Na NAB a Feira e Congresso deste ano tiveram progressos notáveis. Notou-se que o Congresso tinha maior publico e melhores conteúdos nos painéis. Melhorou muito o nível e abrangência dos temas cobertos na programação.

Os cafés da manhã organizados pelo SET foram Muito concorridos, com bons temas e bons palestrantes. O público correspondeu com forte presença e interesse. As empresas que apoiaram os cafés da manhã formam muito importantes também, tivemos que acrescer mais um painel em cada dia. Embora tenha sido bastante cedo (7:00 h às 7:20 h), tivemos empresas interessadas e público bastante bom. Eu pessoalmente gostei de dois painéis patrocinados: Qualidade de experiência: um novo paradigma. Como garantir a entrega e a qualidade correta do conteúdo em um ambiente para multiplataformas, multiformato e com consumidores segmentados, do palestrante Silvino Almeida da Tektronix; e o outro que gostei foi SFN – Single Frequency Network, conceitos & dicas de aplicações, da Vanessa Lima, da companhia Hitachi Linear.

Neste ano não vamos encontrar em Broadcast & Cable nada muito diferente do que foi apresentado na NAB pelos principais fabricantes e expositores. Ainda vão a encontrar destaques para 4 K/ 8 K – UHDTV. Também no tema das interferências de LTE / 4 G na banda de UHF onde estão os canais de TV. Também no plano de desligamento dos canais analógicos e suas dificuldades.

Perguntado pelo estado da atual da digitalização Olimipio destacou que: 'Estamos em crescimento, mas nem tanto quanto se pretendia. Agora a maior parte das implantações dependem das prefeituras municipais. Não há uma política pública para que incentive esta transição. O governo federal até agora pouco ajudou neste sentido.

Olimpio Jose Franco

Os desafios para este ano são planejar o que já estava planejado, que era o plano de canalização digital, em função do uso dos canais de 52 a 69 para LTE- 4 G. Estamos compactando as canalizações para banda de 14 a 51; em vez de 14 a 69 anteriormente.

Olimipio finalizou a conversa destacando que para aprofundar a transição a digital No caso das emissoras, precisa se maior empenho para cobrir este continente chamado Brasil. No caso das prefeituras, faltam motivações e recursos financeiros que facilite a transição do analógico para digital.

Programação

19 DE AGOSTO - SEGUNDA-FEIRA

11:30
-Hot topics. Big data. Cloud computing +...
Mod.: Emerson Weirich – SET/EBC

Produção e tecnologia para jornalismo
Mod.: Raimundo Lima – SET/ SBT

15:00
-ISDB internacional
Mod.: Olimpio Franco - SET/ Fórum TV Digital

Produção IP
Mod.: Marcio Pereira – SET/ Canal Futura

-Efeitos Visuais
Mod.: Jose Dias – TV Globo

17:30
-Tendências da tecnologia de produção
Mod.: Nelson Faria – SET/ TV Globo

Produção para multiplataformas: Segunda tela +...
Mod.: Alex Pimentel – SET/ Casablanca On Line

20 DE AGOSTO - TERÇA-FEIRA

09:00
-Abertura
Olimpio José Franco - Presidente da SET

11:30
-Hot Topics: Mercado: visão e tendências

-Switch off analógico. Implantação da DTV
Mod.: Ivan Miranda – SET/ RPCTV

Workflow, MAM, Metadados
Mod.: Paulo Canno – SET/ TV Gazeta De Vitória

15h00 as 17h00

-Espectro: DTV, LTE ...
Mod.: Fernando Ferreira - SET/Rede Band

Controle de Qualidade
Mod.: Jose Antonio Garcia – SET/TV Brasil

21 DE AGOSTO - QUARTA-FEIRA

09:00
-Padrões em evolução
Mod.: Francisco Perez - SET/ TV Globo

-Mobilidade: LTE, 4G, WIFI +....
Mod.: Antonio João – SET/ Claro TV

-Legislação
Mod.: Tereza Mondino - SET/Consultoria

11:30
-Hot Topics: FOBTV
Mod.: Liliana Nakonechyj – SET/ TV Globo

-Tendências e inovações das operadoras de satélites para as emissoras brasileiras de TV
Mod.: José Raimundo Cristóvam Nascimento – SET/Unisat/ UFF

Loudness
Mod.: Alexandre Sano – SET/ SBT

15h00 as 17h00

-Hot Topics
Mod.: Fernando Bittencourt – SET/ TV Globo

-Compressão de video: HEVC, impactos no mercado +...
Mod.: Cristiano Akamine – Universidade Mackenzie

Melhores práticas. Acessibilidade+...
Mod.: Carlos Fini – SET/ RBSTV

22 DE AGOSTO - QUINTA-FEIRA

09:00
-OTTS e TVS conectadas: harmonização de conteúdo. Broadcast x broadband
Mod.: David Britto - SET/ TQTVD

-Medidas em DTV: Workshop
Mod.: Alberto Paduan – TV Cultura

Consumo: Qual o futuro da televisão brasileira? TV aberta, TV por assinatura, TV web, vídeo na Internet, ...?
Mod.: Luiz Gurgel - SET/ TV Jornal - PE

11:30
-Tendências da mídia
Mod.: Claudio Younis SET/Eletro Equip

-Tendências e novas tecnologias da cinematografia
Mod.: Celso Araujo - SET

TV Social
Mod.: Andre Barbosa – SET/ EBC

15:00
-Hot Topics: Target advertisement
Mod.: Marcelo Azambuja – SET/ Globo.com

-Antenas
Mod.: Eduardo Bicudo – SET/EBCOM

Transmidia
Mod.: Rodrigo Arnaut – SET/ TV Globo

Net: inovação + tecnologia = melhores produtos e serviços

Quase 100 novos municípios em serviço no final do ano

Rodrigo Marques, VP de Estratégia e Gestão Operacional da NET

Rodrigo Marques, VP de Estratégia e Gestão Operacional da **NET**, principal operador de TV do Brasil, explicou à Prensario: '2013 tem sido um ano especial para nós. Com a implantação da Lei do 12.485/2011 (SeAC), estamos expandindo nossa atuação em novas cidades'.

'Até pouco tempo, a autorização para os serviços de TV a cabo se dava por município e a empresa estava autorizada a operar somente em cerca de 100 cidades. A companhia iniciou 2013 oferecendo TV por Assinatura em 44 novos municípios e até o final do ano dobrará o número de cidades que contam com o portfólio completo de produtos da NET: TV por assinatura em alta definição, banda larga de até 100 mega, telefonia fixa sem assinatura e o **NOW**, serviço de vídeo sob demanda'.

Segundo Marques a principal alteração da lei SeAC foi a questão de atuação nacional ao invés de licenças limitadas, por município. 'Isto proporcionou a NET alavancar o nível de investimento e acelerar a entrada em novos mercados. Além disso, a chegada de novos canais com conteúdo genuinamente nacional trouxe ainda mais atratividade ao serviço de TV por Assinatura'.

'Acreditamos muito no potencial do mercado brasileiro e vamos continuar crescendo e liderando a oferta de serviços inovadores, como o NOW. Também seguimos focados em aumentar cada vez mais a qualidade e variedade de programação, sempre com a melhor qualidade de imagem e som através da NET HD'.

O mercado

Sobre o mercado de TV por assinatura brasileiro, disse: 'Ele vem crescendo muito nos últimos anos. Agente colaborou intensamente com esse processo ao lançar pacotes combinados (*NET Combos*), HDTV e Internet banda larga com preços bastante competitivos, que atendem a famílias com diferentes necessidades e capacidade de compra. Essas, entre outras iniciativas da empresa, impulsionaram o crescimento do mercado'.

Marques continuo: 'Os próximos anos serão marcados por grandes eventos de repercussão internacional, que potencializam a utilização da infra-estrutura de serviços de telecomunicações. Nesse sentido, a NET enxerga uma grande oportunidade de negócio, e planeja levar seus serviços para um número cada vez maior de brasileiros'.

Com relação à concorrência, comentou: 'Sempre atuou em mercados extremamente competitivos. Entendemos que a chegada de novos players não altera a dinâmica do setor nem a relação de confiança que construímos com nossos clientes ao longo do tempo. Nossa estratégia se baseia em desenvolver soluções integradas e de alto valor percebido, buscando sempre inovar na criação de valor e na construção de uma experiência cada vez mais completa para seus clientes no consumo de entretenimento e serviços de telecomunicações'.

'Para isso, a empresa segue praticando o que tem sido sua receita de sucesso ao longo dos últimos anos: investir em inovação e tecnologia para trazer os melhores produtos e serviços, buscar constantemente a qualidade e a excelência operacional e também ampliar a atuação, em novas áreas e novos clientes, chegando a novos clientes e novos segmentos de mercado'.

'Vamos continuar na vanguarda e acelerando a migração dos clientes para alta definição, possibilitando que o cliente assista o que quiser, quando quiser através do NOW. Lançamos vários novos canais em HD este ano e já atingimos uma marca histórica de 50 canais HD disponíveis em São Paulo. Este número varia um pouco entre as cidades, conforme a quantidade de canais abertos disponíveis em HD em cada operação. Mas sinaliza nosso comprometimento em oferecer a melhor e mais completa oferta de TV paga', finalizou o executivo.

Highlights do operador de TV por assinatura líder no Brasil:

- A empresa estava autorizada a operar somente em cerca de 100 cidades. Mais iniciou 2013 oferecendo TV por assinatura em 44 novos municípios e até o final do ano dobrará o número de cidades.

- O portfólio completo de produtos da NET são TV por assinatura em alta definição, banda larga de até 100 mega, telefonia fixa sem assinatura e o NOW, serviço de vídeo sob demanda.

- Oferece pacotes combinados (NET Combos), HDTV e Internet banda larga com preços bastante competitivos, que atendem a famílias com diferentes necessidades e capacidade de compra.

- Lançou vários novos canais em HD este ano e já atingimos uma marca histórica de 50 canais HD disponíveis em São Paulo.

Sky: consolida-se como a segunda operadora no Brasil

Ajustou a base de assinantes e totalizou 5,21 milhões

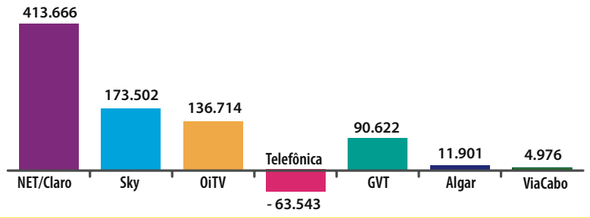
João Baptista, presidente

Junto com **Telefônica** e **Algar Telecom**, à **Sky Brasil** foi uma das operadoras que mostrou um decrescimento no numero de assinantes em maio. **DirecTV**, controladora da companhia, declarou recentemente na comissão de valores mobiliários dos Estados Unidos (SEC) que a operadora brasileira esteve apontando perto de 130.000 assinantes mais do que realmente tinha. A empresa justificou a redução como uma "limpeza da base de clientes".

O numero total de clientes para maio foi 5,21 milhões de assinantes, segundo os dados publicados pela **Anatel**. A mesma fonte informou que o crescimento em tudo 2013 foi de 173.500 clientes para a Sky, sendo a segunda operadora que mais incrementou sua base de assinantes detrás de **NET/Claro** com 413.600. A participação de mercado da Sky foi 30,77%, quando a final do primeiro trimestre tinha 31,66%.

No começo de julho, a companhia anunciou que planeja lançar no ano próximo um novo satélite para incrementar a oferta de HD, investindo 150 milhões de dólares, segundo um artigo de Folha do São Paulo. Os canais HD ocupam 2,5 mais de espaço dos canais SD. Atualmente, **Sky Brasil** tem uma grade de 47 sinais em HD e 140 em SD. Segundo a mesma fonte, canais como **Record News**, **MTV**, **Sportv HD** y **ESPN HD** reclamaram um lugar na grade do operador.

Crescimento da base de assinantes, por companhia (Jan-Maio 2013)



Fonte: Anatel

Claro TV: 'O crescimento recente é muito expressivo'

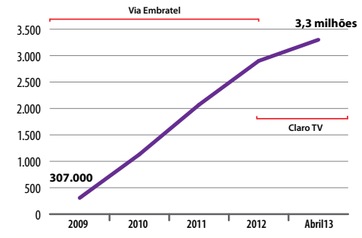
3,3 milhões de assinantes até maio

Antonio João Filho, diretor executivo da Claro TV

Antonio João Filho, diretor executivo da **Claro TV**, confirmou à Prensario que a companhia é a segunda maior operadora de DTH, detrás de Sky, com ofertas de pacotes SD e HD para todos os tipos de assinantes.

Segundo dados publicados pela **Anatel**, referentes ao final do mês de abril, a Claro TV possui 3.305 mil clientes e a cobertura é de 96,2% dos municípios brasileiros (5.356 cidades).

Evolução de assinantes de Claro TV (2009-Abr. 13)



Fonte: Anatel/America Móvil

Sobre o qual é a sua opinião sobre o crescimento do mercado brasileiro em TV por assinatura, Filho respondeu: 'O crescimento recente é muito expressivo. Saímos de uma base de 6,3 milhões, em janeiro de 2009, para 17 milhões em abril de 2013. É um crescimento de 165% em 52 meses. O crescimento deve continuar, porém em um ritmo menor'.

'A **Claro TV** vai continuar investindo em nosso portfólio de produtos e aumento de qualidade de nossos serviços. Desde o início da operação no Brasil oferecemos o PPV de futebol e pacotes "a la carte". Recentemente, passamos a oferecer o primeiro OTT, o *TeleCine Play*, aos nossos clientes que contratam o pacote com seis canais lineares do **TeleCine**', acrescentou.

Em relação ao diferencial da operadora, o executivo diz: 'Além da qualidade superior de imagens e som, foco no atendimento ao cliente em praticamente todo o país. Agente tem se destacado nos reportes da Anatel quanto ao indicador IDA (Índice de Desempenho de Atendimento). Constantemente aparecemos em primeiro ou segundo lugar em relação aos demais operadores. Isso é resultado de muito empenho para oferecer sempre um bom serviço aos nossos clientes'.

A lei *SeAC* 'foi benéfica' para a **Claro TV**. E explicou: 'Pois nos preparamos para atender a necessidade dos canais de conteúdo nacional e aos canais abertos obrigatórios. É uma nova fase e nos preparamos bem, de forma que o impacto para os nossos clientes foi muito positivo'.

Sobre os projetos para este ano, completou: 'Este ano, lançamos o nosso portal de relacionamento com os clientes, o *Minha Claro TV*, dois novos receptores HD (um zapper e outro PVR). Além disso, passamos a distribuir todos os 14 canais abertos obrigatórios, os canais classificados com conteúdo nacional e também incorporamos mais 8 canais HD à nossa grade de canais'.

Telefônica: 'Há espaço para crescer no Brasil'

O serviço de TV por fibra óptica é o principal diferencial

Rafael Sgrott Martins, diretor de Vídeo

'A **Telefônica Vivo**, que fechou o primeiro trimestre com 566.000 assinantes, tem estratégias diferenciadas para atingir alvos também distintos. No interior do Estado de São Paulo, oferece o serviço de TV paga via satélite, enquanto na cidade de São Paulo oferece a **Vivo TV Fibra**, a primeira TV do Brasil que chega via fibra até a casa do cliente'.

Rafael Sgrott Martins, diretor de Vídeo de Telefônica Vivo, descreveu à Prensario as principais novidades linhas de negocio da companhia no estratégico mercado das telecomunicações no Brasil.

E acrescentou: 'Para o restante do país, a empresa oferece o **Vivo Play**, serviço de vídeo on demand para acesso a conteúdos de entretenimento via Internet. São quase 4.000 títulos disponíveis pelo preço da assinatura mensal, entre filmes, séries de TV, desenhos animados, músicas e documentários. A renovação do conteúdo acontece semanalmente'.

Em relação ao crescimento do mercado brasileiro, Sgrott Martins disse: 'É um mercado em franca expansão. No Estado de São Paulo, que concentra a maior população do País, cerca de 50% dos domicílios ainda não possuem TV por assinatura. Há, portanto, espaço para crescer'.

Segundo o executivo, hoje o principal diferencial da empresa no mercado de TV é o serviço por meio de fibra óptica, cuja rede atinge mais de 1 milhão de domicílios em São Paulo. 'Os recursos diferenciados do serviço incluem gravar conteúdo em qualquer ponto da casa e assistir em outros pontos de TV da residência', sublinhou.

'Destaque também para a locadora virtual, que oferece milhares de filmes e a comodidade de começar a assistir na sala e terminar de ver em qualquer outro ponto de televisão da casa. A fibra ótica, além de um número maior de canais HD na grade —são mais de 30 em um total de 120 canais—, permite mais opções de aplicativos, que os clientes acessam sem perder o que passa na TV, como é o caso do **Facebook** e **Twitter**'.

A lei e os projetos para 2013

'Com o fim das restrições que havia a alguns players, a nova legislação traz uma série de vantagens, entre elas a chegada de novos prestadores de serviços, o que gera mais competição, cobertura e qualidade para os consumidores', resaltou Sgrott Martins.

'A Telefônica está entre os players para os quais havia restrições no mercado de TV paga. Com a mudança, a empresa tem a oportunidade de atuar com mais desenvoltura e oferecer novas tecnologias, como a TV por fibra óptica'.

Finalmente, anunciou: 'Entre os principais objetivos está a expansão da rede de fibra óptica, além da consolidação do Vivo Play em todo o Brasil. Como somos uma companhia de capital aberto, não podemos antecipar com detalhes planos e novas ações no segmento de TV ou qualquer outro'.

VYVX - VIDEO BROADCAST SOLUTIONS

QUALQUER LARGURA DE BANDA. EM TODOS OS FORMATOS. EM QUALQUER LUGAR ONDE NECESSITE.

Vyvx se conecta diretamente a mais de 160.000 quilômetros de fibra em aproximadamente 1300 localidades em 26 países, em mais de 300 cidades de todo o mundo.

- Contribuição e Distribuição
- Suporte para todos os padrões de Transmissão (Broadcast)
- Controle do Cliente e Flexibilidade sem igual
- Serviços Gerenciados de Rede de Vídeo
- Serviços Satelitais e de Teleporto – Acesso a mais de 30 Teleportos em todo o mundo
- Serviços VenueNet+® – Acesso a todas as sedes das Grandes Ligas dos Estados Unidos
- Broadcast de Internet – através de nossa Rede Integrada de Distribuição de Conteúdos

Para mais informação sobre os benefícios dos serviços Vyvx, visite latam.level3.com/vyvx/pt

Argentina 0.800.800.4562 · Brasil 0.800.771.4747 · Chile +56.2.2422.5900 · Colômbia +57.1.611.9000 · Equador +593.2.400.4040
México +52.55.2581.6270 · Panamá +507.314.0324/1172 · Peru +51.1.705.5700 · USA-Florida +1.305.808.5934 · Venezuela 0.800.4677.288

Level(3) | Vyvx

OiTV e sua oferta convergente: TV, banda larga e Wi-Fi ilimitado

Oferece HD e até 10 Mega com acesso ilimitado

A **Oi** lançou no mês passado *Família em Fuga*, uma nova campanha publicitária da oferta convergente de **OiTV**, com **Oi Velox** e **Oi WiFi**, a partir de R$ 69,80 (USD 30.9) mensais por até três meses.

As peças, que serão veiculadas em TV, jornal, internet, rádio e mídia exterior, reforçam o novo conceito *Oi completa você*, que estabelece uma evolução no posicionamento da companhia. 'O novo conceito põe o consumidor na posição de protagonista. Através de seus produtos e serviços, oferecemos formas de completar cada pessoa de acordo com as suas necessidades de telecom, respeitando as diferenças', explicaram desde a companhia.

Imagenes de la campaña Família em Fuga

A **Oi** é a única operadora no Brasil com telefonia fixa e móvel, Internet banda larga fixa e móvel, Wi-Fi e TV por assinatura, em escala nacional, e é pioneira na oferta de serviços convergentes no Brasil. A OiTV já é o terceiro operador mais importante de TV paga no Brasil com 885 mil assinantes e o principal provedora de banda larga com 29,7% de share.

Criado pela agência **NBS**, o filme *Família em fuga* mostra uma família fugindo de casa já que eles não tenham diversão. Só quando o pai decide contratar a nova oferta da Oi, a casa fica repleta de diversão. O pacote Oi TV Mais HD, incluindo 70 canais pagos (9 esportivos e 17 em HD) sai por R$ 39,90 (USD 17.6) mensais

Ariel Dascal, diretor geral

nos três primeiros meses para novos clientes que aderirem ao serviço até 31/08/2013 e já tenham ou contratem Oi Velox.

Os novos clientes que contratarem o **Oi Velox** terão acesso ilimitado e gratuito à rede **Oi WiFi**, que conta com mais de 90.000 pontos de acesso em todo o Brasil, nas grandes redes de fastfood como **McDonald's**, cafeterias como **Starbucks** e **Fran's Café**, restaurantes como **Outback** e principais aeroportos e shoppings do país. Também esta disponível em locais abertos de grande circulação de pessoas nas grandes cidades do país. No mundo, já são 8 milhões de pontos de acesso, garantidos principalmente pela parceria exclusiva da Oi com a espanhola **FON**, a maior rede wi-fi do mundo.

rfi

Ofereça aos seus assinantes a atualidade mundial vista de Paris

rfi.fr portugues.rfi.fr

Notícias internacionais
em português do Brasil, português, francês, espanhol, inglês, mandarim, persa, russo, romeno, vietnamita, hauçá, suaili e cambojano

Acessível por internet (streaming) e pelos satélites Hispasat 1E e NSS 806

Contato: pompeyo.pino@rfi.fr / +331.84.22.73.77

Itccom
FAZENDO SEMPRE MELHOR
LANÇAMENTO ABTA-2013
IOTX
TRANSMISSOR ÓPTICO 1310nm
TRANSMISSOR ÓPTICO, AGORA FABRICADO NO BRASIL
IORX-4
RECEPTOR ÓPTICO QUADRUPLO DE RETORNO
IORX-Rack
RECEPTOR ÓPTICO
PARA MAIORES INFORMAÇÕES VISITE-NOS NA ABTA-2013
VISITE: www.itccom.ind.br
Dirección: Rua Eng. Maylaski, 587
Santo Anastácio - SP
Telefono: (18) 3263-2444
e-mail: vendas@itccom.ind.br

Algar Telecom: cresce em DTH e cabo

Lança ISPtv no segundo semestre do ano

Osvaldo Carrijo, diretor comercial Varejo

'Estamos visualizando a TV como estratégica na composição de nossas ofertas e numa entrega mais completa para nossos clientes. Além de aumentar a penetração de TV em banda larga e telefonia fixa, vemos uma grande oportunidade de completar as ofertas dos provedores de Internet brasileiros com o produto de TV'.

Osvaldo Carrijo, diretor comercial Varejo, explicou à Prensario os avanços da **Algar Telecom** no Brasil, e acrescentou: 'Estamos muito avançados na expansão dos serviços através de novas tecnologias e com isso poder distribuir tanto para nossos clientes quanto para os nossos provedores parceiros'.

'O mercado brasileiro ainda crescerá em grandes taxas a penetração de TV por assinatura e em especial na nova classe média, que será responsável pela maior parte de nossos clientes. Hoje possuímos cerca de 113.000 clientes no serviço DTH e aproximadamente 35.000 na tecnologia cabo. O DTH hoje é distribuído em toda a nossa área de Concessão, mais o Projeto Minas (19 cidades)'.

'Temos um piloto em BH e futuramente utilizaremos essa tecnologia para atender aos provedores de Internet fora da nossa área, por meio de uma parceria para que eles possam construir os seus bundles com o serviço de TV da **Algar Telecom**. Esse projeto, de nossa autoria, se chama **ISPtv** e será lançado comercialmente no segundo semestre deste ano. Importante ressaltar que o grande desafio é manter os índices de qualidade que são marca registrada da **Algar Telecom**, já que o serviço será de nossa responsabilidade'.

Continuou o **Carrijo**: 'O mercado brasileiro de TV por assinatura vive um momento ímpar, cresce a taxas médias de 25% ao ano e tem crescimento esperado de 29% neste ano (Fonte: Tendência Consultoria). Acreditamos muito neste mercado e por isso estamos nos posicionando através do nosso projeto de **ISPtv** e mostrando que podemos estender nossos serviços para todo o Brasil'.

Quanto a Dish, o executivo diz: 'Acreditamos que ela elevará ainda mais o padrão de qualidade e obrigará aos players que continuem investindo cada vez mais para ter a melhor tecnologia, qualidade de imagem e som e grade de programação'.

'Estudamos a possibilidade de implementar a tecnologia IPTV, inclusive temos testes em campo com grupos de assinantes e visualizamos uma excelente oportunidade em evolução na prestação do serviço para os nossos assinantes. Com essa tecnologia estamos também testando o VOD e temos negociado com os estúdios e programadoras para poder entregar a maior variedade de conteúdos.

No OTT, já lançamos o canal *Muu* da **Globosat** e o *Watch ESPN* e temos previstos muito mais conteúdo', comentou.

'Num mercado acirrado como o nosso temos TV no pacote *Triple Play* com preços altamente competitivos. Além disso, somos referência no atendimento exclusivo, com um alto índice de satisfação entre as empresas do setor. Fizemos um intenso investimento em diferenciação no atendimento nos últimos anos e, pelos últimos dois meses ficamos em primeiro e segundo lugares, respectivamente, na avaliação de qualidade de atendimento da **Anatel**'.

Em relação a lei SeAC, explicou: 'A nova lei trouxe oportunidades de expandir o nosso serviço para toda a nossa área de cobertura e outras regiões, e ajuda na nossa estratégia de entregar "empacotado" toda a necessidade dos clientes. Como desvantagem, ainda existe algumas obrigatoriedades, principalmente no que tange à questão dos canais cumpridores de cota, que oneram o custo da programadora. Ainda como vantagem vejo a oportunidade de carregarmos todos os canais locais, que têm muito apelo e são representativos na audiência e percepção dos clientes'.

O Carrijo finalizou: 'O HD já é uma realidade e possuímos no cabo 48 canais HD. No DTH temos um pouco menos, mas já estamos alinhando a estratégia para 2013 de equalização do line up e do produto, desta forma nosso cliente não precisará se importar pela tecnologia com a qual está recebendo o seu sinal. Estamos também em constante atualização e incorporação de novos canais'.

Veas: tecnologia para Ad Insertion

Veas apresentará em ABTA os produtos de Ad Insertion (inserção de comerciais), que permitem comercializar os canais de satélite, até 100 canais por servidor baixo standard SCTE-30/35, e até 12 canais sem esse standard para sinais ASI e IP, aunado a nosso já reconhecido *Veas 8* análogo, todos operam baixo *cue tones* digitais e análogos.

A companhia também vai apresentar o *Veas Black*, servidor de Play Out multiformato, multicanal, com CG Branding (logos e cintillos), Recording com *Edit on the fly*, reporte, *Playlist Editor*, que opera também com XSAN standard.

Estas soluções se somam aos produtos de *Veas Player IP Multichannel* (16 canais de infomerciales), *Time Shifter* (delay servers) em suas diferentes versões, IP, SDI, etc., e Loggers entre outros. Todos estes produtos operam em plataformas de centralização e monitoramento. Ademais, são customizables a requerimentos pelo cliente.

A empresa conta com uma experiência a mais de 40 anos fabricando e desenvolvendo produtos, e mais de 17 anos em televisão aberta, televisão por cabo e telecomunicações. Seu *know how* permite-lhe realizar integrações de soluções desde *Headend* até *Fiber to the Home* ou *Wireless*.

A marca estará presente a ABTA no estande da **Sumavision**.

GVT: positivo balanço a um ano do lançamento

500 mil assinantes e 25% de crescimento

Dante Compagno, diretor de TV por assinatura

Dante Compagno, diretor de TV por assinatura de um dos operadores de mais crescimento no mercado brasileiro, a **GVT**, explicou à Prensario: 'Já completamos quase dois anos do lançamento comercial, que foi em dezembro de 2012, com resultados expressivos no crescimento do mercado nacional de TV paga, chegando a 25% do crescimento do mercado nas cidades onde atua. Até abril temos 500 mil assinantes, segundo a **Anatel**, e estamos presentes em mais de 140 cidades das regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste'.

'A boa aceitação do mercado é um reflexo do produto inovador. Somos a única operadora com 100% dos clientes em alta definição, fomos a primeira a oferecer canais em HD desde o pacote básico, VOD e aplicativos interativos para todos os clientes. Além disso, mudamos a lógica dos pacotes existentes no mercado, oferecendo um pacote de entrada mais completo, com mais do que o dobro de canais dos principais competidores'.

Alguns dos serviços da GVT são *Outra Chance*, que possibilita assistir novamente aos conteúdos já exibidos na programação normal, na hora em que desejar; *Multiroom*, serviço gratuito para todos os assinantes que possuem o gravador digital: os conteúdos gravados no ponto principal podem ser assistidos em qualquer outro ponto de TV da casa do assinante, sem a necessidade da aquisição de diversos equipamentos de gravação; e *Power Music Club* (PMC), um serviço interativo de música para a TV no Brasil com mais de 1 milhão de músicas, vídeos, shows exclusivos além da Rádio PMC, com acesso gratuito para todos os assinantes.

InstaGVT é um aplicativo que permite acessar sua conta no **Instagram** na TV, alem de **Facebook** e **Twitter**; *Super Hot*, o primeiro pacote SVOD de conteúdo adulto; é *TV fora da TV* com milhares de conteúdos (on demand e ao vivo) que podem ser acessados de qualquer lugar por PCs, tablets ou smartphones. Atualmente estão nessa oferta o *Telecine Play*, o Muu, o *PremiereFC.com* e o *+Combate*.

'Hoje a TV por assinatura está presente em cerca de 28% dos domicílios do país, penetração inferior à de países com características similares ao Brasil como a Argentina onde mais de 80% dos domicílios são assinantes de TV paga segundo dados do **Ibope**. Em função disso se percebe que há potencial de crescimento, especialmente na classe média e em regiões com menor densidade populacional'.

'Estamos constantemente ampliando nossa cobertura, com expansão de rede nas cidades em que atua e com a entrada em novas cidades. Nos próximos anos, ampliaremos a oferta de conteúdo em HD para todos os clientes, seguiremos investindo em conteúdos não lineares e interativos na TV e na evolução do serviço para múltiplas telas'.

'Trabalhamos ainda para oferecer benefício real a partir da integração dos serviços de telefonia, banda larga e TV, oferecidos sobre a mesma rede que proporcionam comodidade, facilidades como acesso às redes sociais direto da TV, jogos, conteúdo sobre demanda e outros, e mobilidade sob o conceito de TV Everywhere, e acesso remoto ao telefone fixo, com recursos como mensagens multimídia, disponíveis em qualquer dispositivo do cliente'.

'Inovamos ao unir a transmissão de canais em HD via satélite aos serviços interativos e conteúdo sob demanda, disponíveis para todos os seus clientes. Nossos pacotes trouxeram inovação ao mercado, com a oferta de mais de 30 canais pagos no pacote de entrada, incluindo canais em alta definição, de esportes, filmes e infantis. Seguimos constantemente ampliando nossa grade de canais, com foco na oferta de HD para todos os clientes'.

'VOD é outro importante pilar de diferenciação. Oferecemos, para todos os nossos clientes, milhares de filmes, séries, shows e documentários com preços a partir de R$ 2,90. Ainda oferecemos, gratuitamente, diversos conteúdos on demand e o recurso Outra Chance, que possibilita ao assinante assistir novamente aos conteúdos já exibidos na programação normal, na hora em que desejar'.

'A parte interativa é também um diferencial. Oferecemos acesso às redes sociais na TV, jogos, histórico de chamadas, aplicativos de clima, futebol e música. O Power Music Club, serviço de música digital e streaming de vídeo gratuito e exclusivo para nossos clientes, é um exemplo de integração das plataformas. O PMC oferece mais de 1 milhão de músicas, vídeos e shows exclusivos que podem ser acessados na internet, smartphones, tablets e na GVT TV'.

Sobre a lei *SeAC*, Compagno comentou: 'É importante existir uma regulamentação unificada e que estimule a concorrência de forma isonômica e não discriminatória. Acreditamos que o mercado ainda esteja em fase de adaptação e ajustes'.

E completou sobre os projetos para os próximos anos: 'Nosso foco será na ampliação da oferta de conteúdo sob demanda e em HD. Através da tecnologia que une a transmissão de canais via satélite e a interatividade pela rede de banda larga, a companhia pretende ainda lançar mais recursos interativos exclusivos e feitos de acordo com as necessidades dos assinantes'.

NUCLEUS.

It's time to wow your subscribers again.

SEACHANGE® NUCLEUS™ SOFT BOX GATEWAY. THE MARKET DISRUPTOR.

SeaChange's Nucleus is here to ensure that video service providers can master the shift to personalized media consumption throughout the home. We call it Nucleus because it enables every device at home to connect and share all media. It works with QAM today and it's ready for IP tomorrow.

Spare the challenges. Secure your place in subscriber homes.

WHOLE HOME DVR | MEDIA SHARING THROUGH DLNA | SMARTPHONE AND TABLET AS REMOTE CONTROL | AND MUCH MORE

VISIT US AT IBC2013

www.schange.com

SeaChange®

BVCi: 'A TV a cabo oferece melhor atendimento pela proximidade com o assinante'

Ampliação das redes e novos serviços

Ricardo Grilli e Robes Solei de RCA/Tech Cable, Marcelo de Freitas de Discovery, e Alberto Umhof de BVCi

Alberto Umhof, presidente de um dos principais operadores independentes do Brasil, **BVCi**, explicou à Prensario: 'Trabalhamos em duas frentes: ampliação das redes e implementação de novos serviços sobre plataforma digital na tecnologia redes de HFC e redes de WiFi. Sob a plataforma digital HFC disponibilizaremos banda larga no padrão DOCSIS 3.0 com velocidades de ate 50 megas e conteúdos OTT'.

'Somamos circuitos VPN intranet, com foco em imagens para monitoramento de lugares públicos e particulares na plataforma WiFi com a instalação de hot spots gratuito para usuários de banda larga fixa com o que somamos mobilidade aos nossos serviços. Também teremos em 2014 cabines telefônicas publicas/comunitárias grátis para vários serviços básicos e de emergência, ademais de iniciar a instalação de pontos de WiFi também gratuitos em determinados locais públicos de forte perfil popular em parceria com as prefeituras', acrescentou.

A digitalização está em 'marcada expansão' em todas as operações, disse Umhof. 'Teremos para inicio de 2014 as caixas digitais já com sistema operacional **Androide**, o que produzirá uma enorme mudança na forma de consumir serviços de TV e banda larga. Os operadores de cabo oferecemos melhor atendimento pela proximidade como o assinante'.

'E importante esclarecer que o DTH oferece unicamente TV sendo apenas aqui que podem concorrer com as TV a cabo locais. As redes de cabo transportam sinais digitais com qualidade em muitos casos superior a qualquer outra tecnologia por tratar-se de plataforma de distribuição mais robusta, totalmente blindada e com enorme banda disponível, não tem problemas com chuvas e/ou ventos, com delay entre mudança de canais infinitamente menor'.

'Os sistemas de TV a cabo locais carregam toda a programação local aberta e obrigatórios de lei coisa que o DTH limitado tecnologicamente não consegue (canais 100% locais, comunitários, universitários, câmera de vereadores, jornalismo local, etc.) e fundamentalmente os sistemas de TV a cabo tem forte presencia local que humaniza o relacionamento fazendo toda a diferença, sem exceção como consumidores estamos cansados de conversar com maquinas ou sermos atendidos por 0800 com ligações interrompidas e falta de soluções. Por regra os sistemas de cabo locais são também mais baratos e eficientes'.

'Quando oferecido junto com o serviço de TV a cabo o de banda larga a concorrência com DTH deixa de existir e incorporando voz, as redes de TV a cabo provavelmente sejam as estruturas locais de serviços com maior poder de penetração e rentabilidade do mercado e sem lugar a duvidas as que geram maior empatia junto aos assinantes'.

'Programação em HD é fortemente puxada pela industrias das telas; seu avanço impressiona e os programadores colocam a disposição conteúdo de qualidade em abundancia; aos operadores cabe apenas carregar, pessoalmente não acho que HD seja um produto é sim uma tendência na forma de produzir estes conteúdos,os novos produtos de valor agregado em tela chegam da mão da sofisticação das caixas OTT'.

O cenário

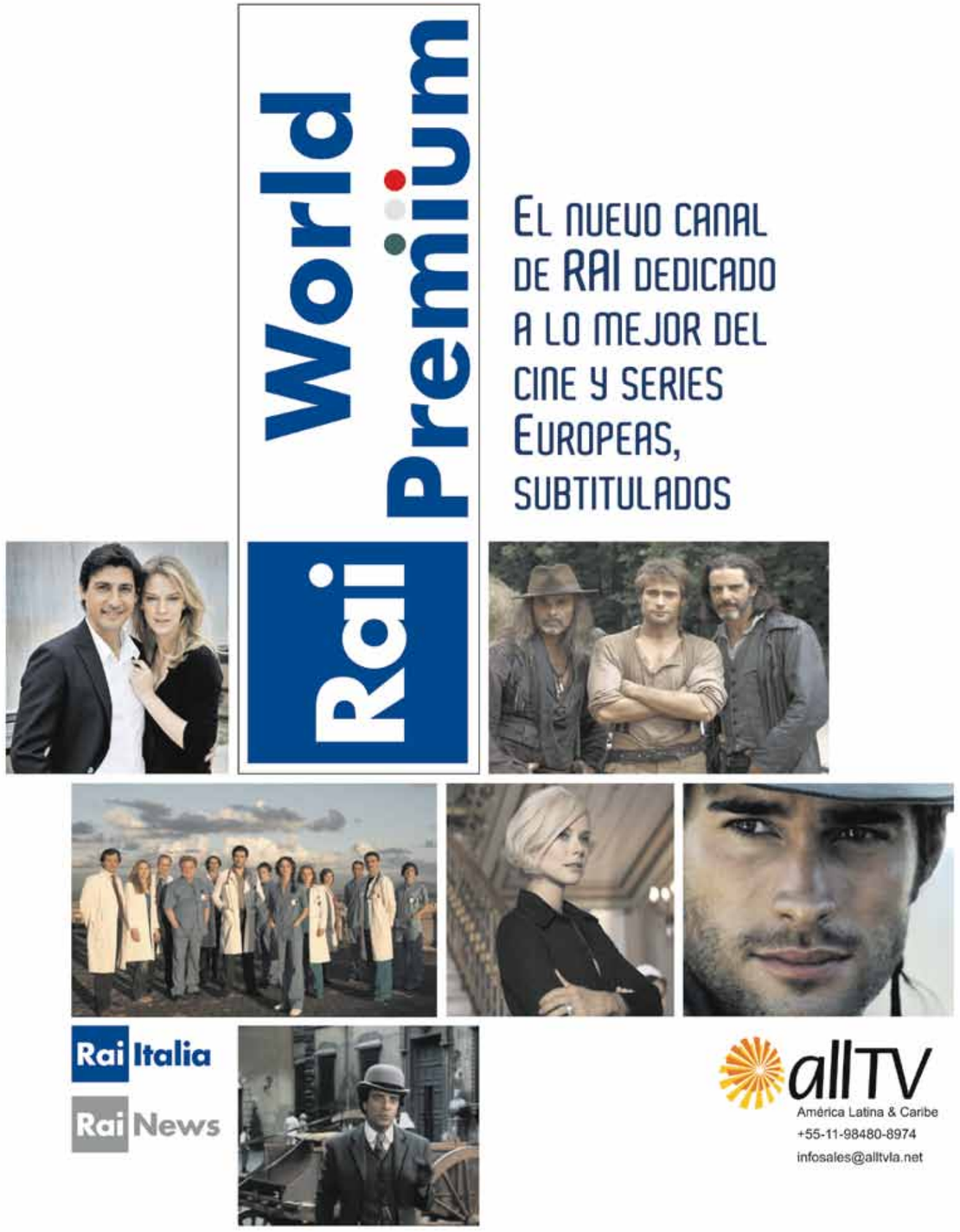
'Embora ainda em formação já deixa evidente uma brutal concentração e derruba o principal argumento oficial para as mudanças propostas com a praticamente inexistência de novas operações e fundamentalmente a falta de interesse dos pequenos e médios investidores. Algumas medidas principalmente de ordem de redução tributaria foram tomadas para fomentar a construção de infra estrutura de telecomunicações com pouca aderência dos médios e pequenos investidores, obrigando de alguma forma a acelerar o projeto **Telebras**'.

'Como positivo vejo o aparecimento da **Ancine** e da produção local, mais alguns pontos específicos que arrancam a competitividade dos pequenos operadores e logicamente diminuem a vontade de novos empresários investirem nesta industria, como destaque de gôndola compra de programação/conteúdo e aluguel de postes'.

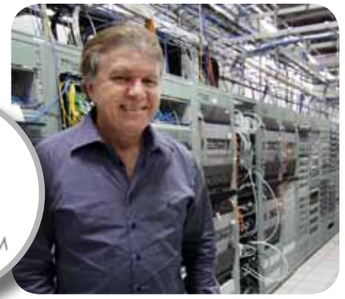
'Os grandes grupos compram programação/conteúdo pan regionalmente com diferencias de preços absurdas, alguns programadores dificultam ou mesmo não vendem seus conteúdos aos pequenos operadores, outros exigem que junto com a programação relevante o operador local de cabo compre obrigatoriamente outras desnecessárias alem de ter direito a escolher onde seus canais estarão posicionados em cada line up, exigências de pagamentos em moeda estrangeira, enfim, mas tenho certeza que a Ancine devera nesta nova etapa regularizar este segmento'.

'O aluguel de postes outro absurdo que se alastra á anos sem as agencias responsáveis agirem, o pequeno operador entrante pode pagar ate 1.000% a mais pelos seu lugar no poste que as teles com quem disputara mercado. O regulamentação da contratação de postes e programação deveria fundamentalmente melhor atender o interesse coletivo levando a concorrência entre enormes players internacionais e pequenos operadores locais independentes especificamente aos serviços prestados, protegendo estes últimos com todas as ferramentas a seu alcance, conforme orienta

Sigue em pagina 38



Cabo Telecom: 'Crescer, crescer e crescer'



Joao Vieira, gerente geral da Cabo Telecom

Joao Vieira, gerente geral da **Cabo Telecom**, explicou à **Prensario**: 'A Cabo Telecom concluiu no primeiro semestre de 2013 uma expansão de 160Km, contemplando 25.000 novos HPS, na cidade de Parnamirim/RN, cidade conurbada a capital do estado, como parte de seu projeto de crescimento. Para o segundo semestre, se planeja a segunda etapa de expansão, com um volume similar a efetuada no primeiro semestre, aditando novos bairros de Parnamirim e algumas zonas de crescimento da cidade do Natal/RN'.

Sobre o processo de digitalização em as cidades atuais, o executivo remarcou 'A empresa segue com a migração de sua base legada analógica para digital HD. Com a conclusão da migração para 2014, a empresa terá disponível uma grande parte de seu espectro de RF para ampliação de serviços digitais de dados. As caixas utilizadas, são HD padrão DVB-C com acesso condicional Conax 7'.

Cabo Telecom oferece el serviço de Triple Play em duas praças: Natal, sede original da empresa, e agora em Parnamirim/RN. 'Com a migração de nossa licença SCMa para SeAC em 2012, se abriu um leque de oportunidades, que se iniciou com a ampliação da rede para Parnamirim e em breve novas cidades', completou.

Sobre a implementação de sinais em HD, afirmou: 'Os canais HDs capitalizaram o crescimento da base de televisão, ampliando sistematicamente a base deste serviço. As soluções corporativas de voz e dados tiveram uma atenção especial da empresa no ultimo semestre, tendo uma ótima aceitação do mercado, expressada pelo crescimento acima das metas estabelecidas. Capitaneado pelo serviço de interconexão corporativa sob rede de fibras ópticas passivas (PON), os serviços corporativos de voz, transporte de dados e internet, já representam uma boa parte do faturamento da empresa'.

João Vieira opinou sobre o marco regulatório atual: 'Com a nova regulamentação dos serviços de vídeo, se abriu a oportunidade de crescer, algo que a Cabo Telecom estava impedida, pelos atrasos e problemas regulatórios do setor. Permitindo assim oferecer o Triple Play em toda a área de cobertura, ora apenas com dados e voz, uma vez que são regidos por diferentes normas e leis'.

'Crescer, crescer e crescer serão o lema desta e de todas as operações novas ou antigas, que desejem se manter neste mercado competitivo. Somado a isso, a agregação de um atendimento e serviços personalizados, com atendimento local e de excelência (com visita técnica domiciliar em no máximo 3 horas da abertura do ticket), serão os diferenciais frente às grandes MSOs', finalizou Vieira.

BVCi: 'A TV a cabo oferece melhor atendimento pela proximidade com o assinante'

a Constituição Nacional, do poder econômico arrasador dos enormes conglomerados internacionais; se isto fosse possível veríamos sem lugar a duvidas o surgimento de inúmeras novas operações. De continuar como esta o que aumentará será a concentração e redução da concorrência'.

'Os operadores independentes jamais tivemos vantagens que não fossem originadas na nossa competência e assim continuamos. No anterior arcabouço regulatório a pesar de termos chegado com nosso esforço e capital mas de 20 anos antes dos atuais sistemas de DTH, exceção à **SKY**, tivemos qualquer chance de crescimento regional impedida pelo Estado que simplesmente não emitiu novas outorgas'.

'Este novo arcabouço contra o sentido comum, desestimula a entrada de novos players de médio e pequeno porte e impulsiona a concentração de um recurso vital para a autonomia de uma Nação como é a infra estrutura de telecomunicações nas mãos de conglomerados sem bandeira já dominantes também em outros países ou continentes'.

'Uma releitura do Estado através da **Anatel** e Minicom poderia enxergar no posicionamento estratégico das operações de TV a cabo locais, enquanto redes de telecomunicações, parceiros importantes para a real universalização dos serviços, a melhor opção local de TV por assinatura, banda larga, telefonia, etc'.

'A pirataria é um dos grandes problemas, um verdadeiro câncer que debilita a industria em toda sua extensão atingindo principalmente o bolso do Estado que nada arrecada e do pequeno operador que vê sua base encolher. Mais do 90% da pirataria de sinais de televisão acontece em sistemas de DTH, isto tem necessariamente que ser considerado para colocar o problema na sua real extensão'.

'Os operadores de DTH, junto com os programadores e autoridades tem que agir rapidamente sob pena de ser tarde demais, estimam-se em milhões os sistemas piratas que utilizam receptores tipo AZBox que quebram a codificação dos principais player de DTH, outros milhares utilizam a pirataria denominada cardsharing. Em algumas regiões do pais a pirataria cresce mais que os sistemas legais de cabo, DTH e MMDS juntos: ¿ate quando vai ser tolerada esta situação?', completou Umhof.

amino

LIGANDO PESSOAS
À EXPERIÊNCIA DE ENTRETENIMENTO
QUE ELES AMAM

aminet A140

Em Amino só pensamos em ligar pessoas à experiência de entretenimento que eles amam. Já seja IPTV ou OTT -ou uma mistura de ambos-, nós ajudamos aos operadores a entregar um serviço de qualidade com uma solução competitiva. Totalmente licenciada -com um sistema de falha mínimo, líder na indústria- nosso set top boxes, ganhadores de vários prêmios, estão integrados ao mais amplo ecossistema da indústria, brindando-lhe maior flexibilidade. Ainda oferecemos um excelente suporte ao cliente para assegurar uma instalação sem problemas. E como você esperaria de Amino, nós seguimos inovando para assegurar que seu serviço se mantenha competitivo ao longo do tempo. É por isto que os operadores líderes confiam em Amino para ajudar-lhes a entregar uma grande experiência de entretenimento.

Para saber mais, visite www.aminocom.com

Siga no Twitter @ Amino
AminoTV

www.aminocom.com
info@aminocom.com

Amino – Global Headquarters - Amino Communications Limited, Buckingway Business Park, Anderson Road, Swavesey, Cambridge, CB24 4UQ, United Kingdom | info@aminocom.com

Costa Do Sol: serviços de valor agregado

No meio de um contexto super competitivo o cabo operador independentes tem o grande desafio de manter-se ao dia com as novas tecnologias. 'As operações menores não contam com os mesmos recursos monetários que os grandes operadores, e muitas vezes o volume de seus mercados não justifica fazer grandes investimentos', explicou à Prensario **Pablo Martin**, gerente de operações de **Costa do Sol**

'O *Triple Play* e o aumento de rendimento por abonado servem como ferramenta de diferenciação ante a oferta agressiva dos DTH. Neste sentido nós trabalhamos fortemente na digitalização e a incorporação de serviços de valor agregado para poder competir com os sistemas OTT e DTH'.

Sobre o avanço desta transformação, acrescentou: '2012 foi um ano de desafios, principalmente com a enorme oferta de serviços de DTH com preços muito competitivos e nossa cruzada por concorrer digitalmente com serviços de valor agregado. Este ano e no ano que vem serão complexos, também'.

'A digitalização esteve em processo de implantação e tivemos um exitoso lançamento comercial em outubro 2012. Seguramente 2013 será o ano dos sistemas OTT e produtos relacionados com as TVs Conectadas. O panorama esta cada dia mais complexo, porque somado a forte oferta dos DTH, cada dia ganha mais mercado os provedores como **Netflix**, **TotalMovie** e outros', completou Martin.

NEOTV: Alex Jucius, novo diretor geral

Alex Jucius assumiu desde o 5 de junho como novo diretor geral da associação de operadores independentes de TV por assinatura e provedores de Internet banda larga de todo o Brasil, **NEOTV**, com o objetivo de buscar soluções de interesse comum aos associados neste novo cenário de mercado.

Com vivência no mercado de TV por assinatura e vasta experiência no setor de Telecomunicações, Jucius é engenheiro formado pela Universidade de São Paulo e possui MBA em Finanças pelo Insper. Em sua carreira, ele teve cargos de destaque em empresas como **Vivo**, onde se dedicou ao lançamento de novos produtos e serviços e **TVA**, na qual foi responsável pela área de programação e novos negócios e membro do Conselho de Administração da NEOTV. Mais recentemente, atuou no segmento de entretenimento ao vivo na **Time For Fun** (T4F).

É sócio-fundador da **Moving Connection** (MVNC), empresa que auxilia companhias brasileiras e estrangeiras no desenvolvimento de novos negócios e tecnologias nos setores de telecom, Internet, mídia e entretenimento.

Na NEOTV, Jucius promete dar continuidade ao trabalho da entidade no mercado: 'Vamos buscar novos modelos de negócio. Nossa meta é dar suporte aos nossos associados no entendimento e atuação nesse novo cenário de distribuição de conteúdo multi-telas', garantiu ele.

A associação foi fundada em agosto de 1999 para representar e negociar conteúdo para operadores independentes de TV por assinatura e Internet. Atualmente, possui cerca de 140 associados e cobre 458 municípios em todas as regiões brasileiras.

Por Jamie Beach, IP&TV News

TV Connect LatAm 2013: OTT no Brasil

O futuro da OTT com a SimTV

Marcio Zukin, CTO

Marcio Zukin, CTO da **SimTV**, comentou sobre os planos para transferir os serviços de televisão para modelos transacionais e com publicidade, e destacou a oportunidade criada pela pirataria da TV por assinatura.

'A SimTV foi desenvolvida para a entrega de conteúdos a todos os tipos de dispositivos e também por meio de uma IP Box. O objetivo do projeto é oferecer a melhor interface e um fluxo de trabalho fácil de usar para o cliente por meio de tecnologia de adaptação de velocidade binária, redes CDN e de centros mundiais de dados na nuvem'.

Existe uma necessidade no mercado de diferenciar entre o conteúdo e o serviço. 'Em relação aos conteúdos, os brasileiros preferem futebol e esportes, filmes, infantis e comédias. Em matéria de serviços, no entanto, buscam inovação, conteúdo social, interação, e a possibilidade de estar em dia e disponíveis 24 horas', destacou.

Para a companhia, a pirataria da TV por assinatura no Brasil não é um problema, ao contrário, uma oportunidade. 'Se as pessoas contassem com um serviço de qualidade e por um preço razoável, somado à confiabilidade a um bom atendimento ao cliente, não haveria a necessidade de recorrer a práticas ilegais'.

'O mercado de TV por assinatura oferece enormes oportunidades de crescimento e permite ao mesmo tempo o surgimento de uma grande variedade de conteúdos e tipos de serviço. Calcula-se que haverá cerca de 4,4 milhões de clientes ativos de IPTV em 2017, somente nos países da América Latina', concluiu Zukin.

Log On: tecnologias sem fio, primordiais para o IPTV

Eduardo Maza, presidente

A Log On Multimedia é um desenvolvedor que conta com 23 anos de experiência em meios de comunicação. Durante os últimos quatro anos, a companhia desenvolveu uma nuvem de streaming para a navegação audiovisual chamada **DX**, que chegará aos Estados Unidos durante este trimestre.

Eduardo Maza, seu presidente, ressaltou: 'Achamos que as tecnologias sem fio de banda larga móvel 4G são primordiais para a evolução do IPTV. Para conseguir esta evolução deve haver disponibilidade de maior frequência sem fio, maior conectividade de fibra e uma melhoria dos serviços que impulsionem a satisfação do consumidor'.

Para o diretor, os modelos atuais de OTT 'não estão estudando corretamente o sentido de "urgência" para o consumidor', e acrescentou: 'A medida de êxito para os serviços OTT deveria ser o tempo que as pessoas consomem vendo vídeos e no pouco que pagam por isso'.

'Não podemos desenvolver um mercado baseado no preço. É por isso que acreditamos que a experiência da televisão atual pode e deve migrar para a Internet', finalizou Maza.

Terra: ao vivo e interativo

Lilian Viana, diretora de Inovação

Lilian Viana, diretora de Inovação do **Terra Networks** Brasil, descreveu o potencial das aplicações em telas de TV e a necessidade de abrir os modelos para o desenvolvimento de aplicativos em TV. 'Apesar de que o mercado se encontra em um momento ideal para o desenvolvimento da inovação e pontenciando os aplicativos para conteúdo online, ainda faltam questões fundamentais para abordar.'

'Ainda não resolvemos os obstáculos para que esta audiência seja relevante para os anunciantes; a falta de modelos abertos através dos televisores ainda é uma barreira para o desenvolvimento de aplicativos. Um dos maiores desafios é oferecer uma mensagem simples e coerente para educar os consumidores sobre a maneira de maximizar a experiência da TV na Internet'.

'Cada aplicativo ou serviço deve ser adaptado para trabalhar para os produtos de cada fabricante de TV', disse Viana, e acrescentou: 'Este enfoque é ineficiente, assim como caro e lento, significa que a inovação está sendo sufocada'.

'A combinação de conteúdos ao vivo e interatividade são fatores que abrem novas vias para a criação de redes sociais nos televisores, assim como novas oportunidades para os anunciantes de monitorar em tempo real como seus clientes reagem à mensagem publicitária'.

'É importante monitorar a evolução desta plataforma para manter a efetividade de nossa estratégia, oferecendo conteúdos para todo tipo de plataforma online que possa revolucionar a forma em que as pessoas consomem e aproveitam o conteúdo digital', completou Viana.

Totalmovie: grande lançamento no Brasil

Live TV representa 40% do consumo de vídeo

Desde o seu lançamento em julho de 2011, a **Totalmovie** —do **Grupo Salinas** de México— está presente em 40 países, na América Latina e no Caribe, e tem se expandido fortemente para se transformar no segundo grande provedor de conteúdo online na região. Em maio, anunciou seu lançamento no Brasil, onde está representada por **Karl Loriega**, gerente geral da operação neste país.

Nesta reportagem à Prensario, o executivo descreveu a principal diferença do seu serviço em relação aos concorrentes pan-regionais: 'Frente a outros grandes operadores, nosso diferencial é ser uma plataforma de conteúdo SVOD, com um catálogo que inclui filmes, séries e conteúdo regional, além de oferecer TV ao vivo, em um pacote muito atraente para o assinante'.

O serviço agora está disponível para diferentes dispositivos conectados: além do PC, é possível ter acesso no **Blu-Ray**, tablets, Internet TV, **PlayStation 3,** além dos SmartPhones. 'Nossa mais recente notícia é oferecer, como nenhum outro, TV: o tempo todo e em todos os lugares. O conteúdo ao vivo já representa 40% do consumo dos nossos clientes', acrescentou Loriega.

O feedback que a companhia tem tido desde o seu lançamento 'vem sendo muito bom', segundo o executivo. Agora é a hora de um grande desafio: crescer sua base de assinantes no principal mercado da América Latina, o Brasil.

'Nosso software está disponível no país desde maio, oferecendo SVOD + Live TV. Com este serviço estamos perseguindo vários objetivos: em princípio, nos diferenciar da nossa concorrência e oferecer aos clientes brasileiros milhares de horas de entretenimento. Mas baseados em uma premissa: criar um serviço com conteúdo local', disse Loriega.

Karl Loriega, gerente geral da Totalmovie Brasil

Atualmente, a companhia tem fechado acordos com parceiros brasileiros. 'Até agora o acordo prevê transmitir conteúdo ao vivo do **Rush HD**, **Concert Channel SD** e **Mixplay**. Depois do Brasil, o próximo grande lançamento é a Colômbia com um sócio grande. Até o fim do ano, através deste modelo de distribuição, planejamos lançar a empresa no Oriente Médio e África do Sul', completou.

Appear TV's Head-End

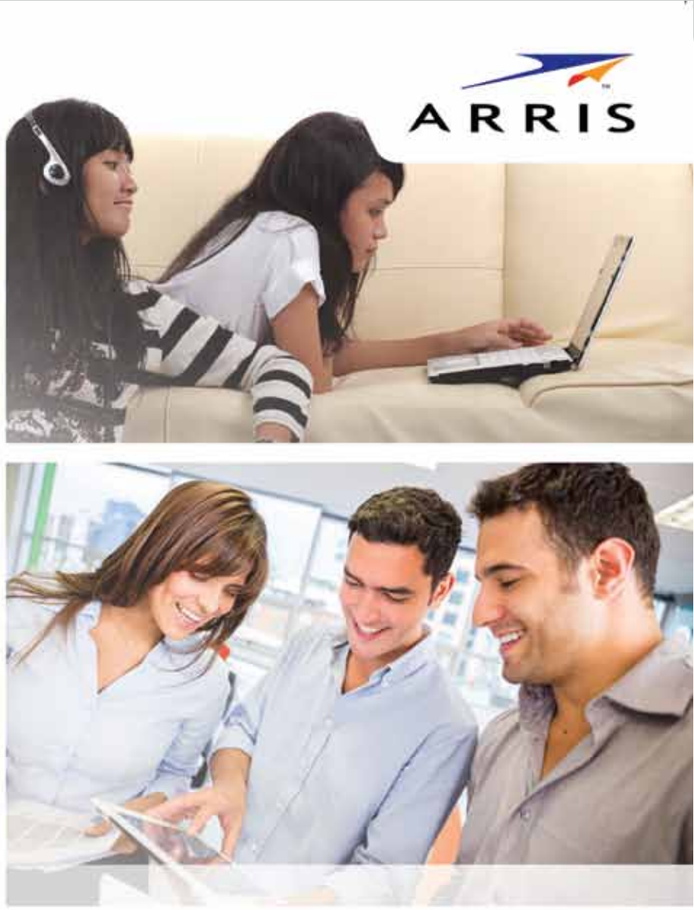
Appear TV is a head end solutions provider with equipment deployed over 80 countries. Our technology supports applications for Cable, Satellite, Terrestrial and IP based distribution networks for TV and Multi Screen/OTT delivery.

Appear TV's innovative modular approach reduces the complexity of integration and operation by delivering all the elements of the head end in an integrated carrier class HW platform.

Find out how the unique advantages of the Appear TV head end can enhance your operational performance and competitive advantage.

Appear TV

Contact: Sales@appeartv.com / Visit us at booth: I23 at ABTA 2013



ARRIS

TORNANDO REALIDADE A TV EVERYWHERE

Visite-nos na ABTA no estande D15

Solução completa que possibilita as operadoras moldarem o futuro da interatividade com seus conteúdos hoje!

Ajudamos voce a disponibilzar experiências revolucionárias a seus assinantes. Com mais de 60 anos de inovação, estamos posicionados para dar forma ao futuro como nunca antes. Com uma distribuição de vídeo totalmente inovadora. Com novas experiências multi-tela. Com soluções integradas. Com sinergias atuais e poderosas. Com lares conectados de forma mais simples e inteligente. **Com emoção. Sem limites.** Arrisi.com

© Copyright 2013 ARRIS Group, Inc. Todos os direitos reservados. Proibida sua reprodução total ou parcial e de qualquer maneira sem o expresso consentimento por escrito da ARRIS Group, Inc.

TV Globo: o Projeto 50K expandirá a sinal digital a todas as cidades

Jornalismo será emitido em HD este ano

Fernando Bittencourt, diretor geral de Engenharia da Globo

Prensario entrevistou o Fernando Bittencourt, diretor geral de Engenharia da TV Globo e um dos principais referentes do mercado em relação as inovações na área de broadcast. Ele descreveu as principais experiências trás a Copa das Confederações e os preparativos para a Copa do Mundo no ano que vem.

Em 2013, a **TV Globo**, o principal broadcaster do Brasil, desenvolveu inovações tecnológicas para a *Copa das Confederações*, principal teste para a Copa do Mundo da FIFA de 2014. Entre as novidades, estiveram o uso de duas câmeras 4K, com definição quatro vezes maior que a das TV's HD, que foram usadas pela primeira vez na TV brasileira.

Fernando Bittencourt, diretor geral de Engenharia da Globo, comentou à Prensario: 'No Carnaval de 2013, a Globo inovou mais uma vez e, em parceria com a emissora japonesa, **NHK**, gravou o carnaval em 8K. A **NHK** enviou ao Brasil equipamentos e a equipe da emissora junto com profissionais da Globo trabalharam na produção, na captação das imagens e sons, para aprender sobre a nova tecnologia. Atualmente, estão sendo desenvolvidas novidades para a Copa do Mundo de 2014'.

Em relação as emissões em HD, o executivo explicou: 'Praticamente todo horário nobre do canal e toda a linha de shows são produzidos em alta definição (HD) , faltando apenas jornalismo, que tem previsão de ser em HD ainda este ano. Ainda assim, só o jornalismo nacional, porque boa parte das afiliadas já produz os jornais locais em HD'.

'O 4K já é usado na operação atual da Globo como auxiliar. Para produzir com backlot, por exemplo, quando é inserido um fundo pré-gravado para compor a cena, o 4K é bem utilizado. A qualidade da operação melhora abruptamente, mesmo que o resultado final seja HD, e não 4K. Essa técnica é usada em diversas novelas'.

'Nosso desafio este ano é prepararmos para a cobertura da próxima *Copa do Mundo de Futebol* no Brasil em 2014. Agente cobre cerca de 50% dos domicílios com TV, entre **Globo** e afiliadas. Até a *Copa do Mundo de 2014*, vamos cobrir 70%. É o *Projeto 50K*, que levará o sinal digital a todas as cidades com 50 mil habitantes ou mais'.

E completou: 'Já estamos trabalhando e estudando como será o pós 50K, que são os 30% de lares restantes. É um desafio muito grande, pois envolve milhares de retransmissoras. Os desafios são diversos, como o volume de investimentos, a capacidade de realizar em função do volume de instalações etc. Queremos em um prazo que julgamos adequado completar estes 30%'.

Profissão Repórter é um reality de jornalismo, também produzido 100% em HD

Amor à Vida emitida as 21hs, e Saramandaia emitida as 23hs sao dois telenovelas produzidas em HD (crêdito: Globo/Raphael Dias)

Copa das Confederações foi a primeira experiência com câmeras 4K

Reaching the right audience comes down to a simple equation. Intelsat has always been forward thinking when it comes to media. When we launched IntelsatOne℠, we built the satellite industry's largest IP/MPLS fiber network to create flexible, hybrid content delivery options for our customers. And now, we're introducing Intelsat Epic℠, our next generation satellite platform, which combines high-throughput spot beams, for content regionalization and targeting, with wide beams, for total continent coverage. That's intelligent design. Good for your operations and your bottom line.

Learn how Intelsat can help you reach more viewers.
Visit www.intelsat.com/Forward-Thinking for details.

Designed for 2030. Launching in 2015.

INTELSAT Epic℠

Record: os desafios de *José de Egito*

Súper produção com câmeras Alexa de Arri

Record TV Network contínua dando que falar no mercado com mais produções épicas. Seguindo a trilogía da *A História de Ester*, *Sansón e Dalila* e *Rei David*, o canal estreou em janeiro deste ano a minisserie *José de Egito*, uma superprodução que terá ao menos 30 episódios.

Esta superprodução bíblica não só foi um sucesso de audiência e posicionou ao canal como segundo broadcaster do mercado brasileiro, senão que também marcou um dantes e um depois na produção de conteúdos em Latino América.

Foi a produção mais cara da história da Record com um orçamento de 36 milhões de dólares e foi rodada no deserto de Atacama em Chile —que ofereceu as paisagens que se precisavam—, Brasil e Egito. Filmou-se com as novas câmeras HD Alexa da Arri trata se câmeras de 35mm que lhe dão uma profundidade diferente à série.

Segundo o diretor **Alexandre Avancini**, 'as câmeras Arri Alexa adquiridas pela Record – as mesmas usadas em filmes como *Os Vingadores* e séries como *Game of Thrones*, grandes sucessos recentes –, de última linha, proporcionam ao espectador mais definição na imagem e cores mais vibrantes'. Trata se de equipamento top na produção de cinema digital, utilizada recentemente em filmes como *Os Vingadores* e *A Invenção de Hugo Cabret*.

'A Alexa exige um cuidado de cinema na captação das cenas, com profissionais específicos de fotografia (diretor de fotografia, foquistas, etc) e maior atenção na iluminação. O trabalho se torna muito mais demorado, mas o resultado é uma imagem de altíssima qualidade' remarcou Avancini.

Com esta minisserie, o broadcaster duplicou sua medida nesse slot. Dantes da estréia tinha entre 5 e 7 pontos, mas com José de Egito duplicou a medida com bicos de até 14 pontos no horário das 9.45pm, segundo fontes locais. Ademais, teve uma grande recepção nos mercados internacionais de conteúdos, segundo pôde saber Prensario.

José Marcelo Amaral, diretor de engenharia

José de Egito utilizou câmeras Alexa de Arri, e rodou-se em Chile, Brasil e Egito e demandou um investimento de 36 milhões de dólares

Rede Record: Luiz Claudio Costa, novo presidente

Rede Record anunciou a começos de julho a promoção de **Luiz Claudio Costa** como novo presidente da cadeia em substituição de **Alexandre Raposo**, quem dirigiu o canal desde 2005.

Costa trabalha em Record á 14 anos e passou por sete estações filiadas. Previamente, dirigiu a administração das emissoras em Rio de Janeiro, Porto Alegre e Belo Horizonte, além de liderar por uma temporada, em San Pablo, a direção da Rede.

Nos últimos quatro anos, foi diretor da Record Brasília e trabalhou na ampliação da emissora bem como da relação corporativa de todo o grupo. Ademais, Costa também foi presidente de Abratel, associação de broadcasters encabeçada por Record, com presença no Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional.

O executivo assume a presidência com a missão de 'ampliar a representatividade da Rede em todo o país', assinalaram desde a companhia.

Luiz Claudio Costa, presidente da Rede Record

SBT: '2012/2013 foi um período de grandes investimentos'

Digitalização do áudio, unidades móveis e automação do workflow

Raimundo Lima, diretor de Tecnologia, SBT

Prensario falou com o Raimundo Lima, diretor de Tecnologia da SBT, o terceiro canal aberto do Brasil. Ele descreveu os desenvolvimentos e estratégias na divisão técnica: áudio, unidades móveis e avanços na área de jornalismo são alguns das novidades da companhia.

Raimundo Lima, diretor de Tecnologia da SBT, comentou à Prensario: 'Dentre os diversos projetos executados em 2012, destacamos o projeto de *Digitalização de Áudio*. Nesse projeto o áudio de 8 estúdios e mais o estúdio/redação do jornalismo que ainda eram analógicos foram atualizados. O trabalho envolveu a troca de matrizes, consoles de áudio e até de um novos mobiliários. O nosso principal parceiro nesse projeto foi a **StageTech**'.

'Em 2013, destaques para o projeto de Revitalização da UMJs (Unidades Móveis de Jornalismo). Com a conclusão do projeto, o SBT poderá contar com 3 unidades móveis digitais, 2 motolinks e novas antenas de diversidade distribuídas em 3 pontos de São Paulo, Avenida Paulista, Sumaré e Pico do Jaraguá'.

'O sistema *ISIS 5000* da **AVID**, será o responsável pelo automação do workflow de trabalho do Departamento de Jornalismo, dando mais agilidade e confiabilidade a produção jornalística da emissora. Os novos cenários dos telejornais e um novo painel de "micro tiles" da **Chrystie**, repaginaram do "lay out" dos produtos jornalísticos do SBT', acrescentou Lima.

'O biênio 2012/2013 foi um período de grandes investimentos para nós. Além dos projetos citados acimas, firmamos uma parceria com **Sony** para a transformação completa de um dos nossos estúdios de entretenimento que passará a ser High Definition como parte do processo de chegarmos a 100% de produção própria em HD. A **Harris**, **Miranda**, **Ericsson** e **AVID** participaram desse processo. Outro destaque foram as implementações no parque de pós-produção, foram as 60 estações de edição *Adrenalines*, *Mojos* e *Nitris* da AVID'.

'Numa parceria com a **Sony**, o SBT fez um período de testes com a câmera F65 em 4K na novela *Carrossel*. Os testes foram tão bem, que parte do material captado acabaram indo pro ar. Em razão dos testes bem sucedidos, o SBT foi convidado a falar do processo 4K no Seminário de Tecnologia da Sony, na NAB 2013 em Las Vegas. O SBT/Sony continuarão a experiência, desta vez, com a F55 na novela *Chiquititas*.

Em relação a o blecaute analógico, o Lima completou: 'Podemos afirmar que o SBT está preparado com as suas principais afiliadas para o blecaute analógico, mesmo que ela seja antecipado para 2015. Ao nosso ver, o grande problema está do outro lado: ¿será que a população está ciente, tem o conhecimento necessário e está preparada para receber o sinal digital?'.

Numa parceria com a Sony, o SBT fez um período de testes com a câmera F65 em 4K na novela Carrossel, e continuarão a experiência com a F55 na novela Chiquititas

COLORIDO HEROICO
CORAJOSO HÍBRIDO
CRIATIVO HOLÍSTICO
CONFIANTE HARMÔNICO
CATIVANTE HONRADO
COMPETENTE HONESTO
CAPAZ HUMILDE
COMPLEXO COMPLEXO
CULTURA HELÊNICO
CLÁSSICO HIPNÓTICO
CONSTRUIR HUMOR
CURIOSO HILÁRIO
CELEBRAR HABITUAL

CHYRONHEGO

UMA NOVA POTÊNCIA
PRA CRIAÇÃO DE
GRÁFICOS EM BROADCAST

WWW.CHYRONHEGO.COM

Quando conteúdo e a audiência se conectam acontece a magia diária. Mais de 350 operadores de TV digital em mais de 85 países confiam na Conax para proteger seu conteúdo e receita, mantendo essa magia.

Junto com parceiros, a Conax cria ecossistemas seguros para conteúdo premium, que levam a magia de nossos clientes para o mundo. Conax Xtend Multiscreen™ permite que os operadores forneçam uma poderosa e segura solução de múltiplas telas a seus assinantes, com excelente custo/benefício, baixo risco e de rápida comercialização.

Na Conax trabalhamos fortemente em inovação, para que os consumidores possam experimentar essa magia diariamente; em qualquer dispositivo, a qualquer momento, em qualquer lugar. Então, que a magia comece!

securing content - sustaining magic

conax.com Visite Conax @ ABTA, Estande G21

conax

EPTV: pioneiros em TV Digital

José Francisco Nogueiras Valencia da **EPTV**, companhia que desde junho de 2007 a EPTV entrou na era digital, em diálogo com Prensario falou sobre as últimas novidades que se apresentaram na NAB e sobre suas expectativas para o próximo SET.

'Com relação a NAB o grande destaque foi o 4K com a indústria procurando dar soluções para todos os tipos de mercado desde as pequenas até as grandes produções, podemos também destacar a migração cada vez maior para o mundo IP e a nuvem (cloud) em breve não teremos mais conexões de áudio e vídeo em nossos sistemas apenas cabos de rede'.

'Como produto um destaque foi a câmera LDX da GVG que podemos comprar o modelo standard e depois ir modificando apenas com licenças de software. Outro destaque é os novos codec´s HEVC que ainda são preliminares, mas quando estiverem disponíveis irá gerar uma grande economia na contratação de banda'.

Sobre as expectativas sobre o evento José Francisco destacou: 'A expectativa para a feira é ver o andamento desses novos desenvolvimentos e assim preparar nosso planejamento para 2014 uma vez que teremos a copa do mundo no Brasil assim como atender o calendário para a transmissão digital'.

José Francisco Nogueiras Valencia

Seegma: com foco na necessidade do cliente

Edi Silva

Edi Silva da **Seegma** em fala com Prensario destacou que na passada NabShow alguns fabricantes apresentaram lançamentos, porém, não se viu muitas novidades, 'acredito que a crise internacional freou o desenvolvimento de novos produtos. Foi importante para podermos renovar os contratos das marcas que representamos'.

'Nosso posicionamento no mercado brasileiro hoje nos encontra como referência no mercado atendendo produtoras e emissoras de TV, clientes que buscam acessórios podendo encontrar na loja virtual e realizar compras avulsas, clientes que procuram a montagem de uma produtora onde profissionais especializados desenvolvem um projeto para atender as necessidades individuais de cada cliente. Estamos na constante busca em sempre oferecer os melhores produtos aos clientes, com garantia, suporte técnico de qualidade e treinamentos de todos os produtos.

'Este ano recebemos da fabricante **Newtek** o prêmio de melhor revenda na América Latina. Passamos a ser dealer autorizada **Panasonic** no Brasil; e tivemos um grande sucesso na comercialização da linha PV Sony como associado'.

'Como ocorreu na NabShow acredito que não teremos grandes lançamentos de equipamentos, ainda assim apresentaremos em nosso estande a possibilidade de montar um estúdio de nível médio sem grande investimento financeiro. Nossa expectativa é trabalhar com foco na necessidade do cliente', finalizou Silva.

Phase Engenharia inaugurou escritório em São Paulo

Carlos Capellão

Phase Engenharia Industrial e Comércio é uma companhia estabelecida no Rio de Janeiro desde 1980. Seu diretor, **Carlos Capellão**, de reconhecida trajetória no mercado broadcast é uns dos principais referentes tecnológicos na região, a Phase atua nas áreas de fornecimento de soluções de equipamentos e sistemas para broadcast, Pay TV, broadband, produção e pós produção de TV, telecomunicações e automação; fabricação de uma ampla linha de Equipamentos profissionais de áudio e vídeo; e serviços de engenharia incluindo: integração de sistemas, instalações, ensaios e testes, treinamento e manutenção; mais a Phase é reconhecida pelos serviços de consultoria e planejamento de engenharia e negócios de TV, TV Digital, Broadband e Telecom.

Em fala com Prensario, **Carlos Eduardo O. Capellão** destaca que a empresa oferece produtos de primeira linha e de tecnologia de ponta, oferecendo soluções de alto desempenho a custos competitivos.

Respeito do próximo Broadcast & Cable e deste ano em particular, Carlos destaca que: 'este ano está cheio de desafios e novas oportunidades. Como já foi vista na NAB, este foi um NAB de lançamento de muitos produtos com integração de mídias e das diversas plataformas de comunicação, num processo contínuo e rápido de mudanças tecnológicas, e a gente deve se poder adaptar a essas novas tecnologias'.

'Inauguramos nosso escritório em São Paulo para Vendas e Suporte. Com isto melhoraremos nossos serviços e ofertas, especialmente naquela cidade.

Este ano em SET serão vistos muitos produtos novos na área de ENG, com integração de micro-ondas terrestres, streaming IP, transmissão por satélite e telefonia celular; entre nossas novidades teremos a nova Câmera Ikegami de estúdio de 35mm para teledramaturgia; o "Dream Catcher" sistema Evertz de replay com suporte a 4k; o "ATP" sistema Evertz de transporte de vídeo sobre quaisquer tipos de circuitos digitais; e as novas linhas de IRDs Sencore MRD5800 e MRD4400. Capellão destaca que este ano o estande na Broadcast & Cable o será ligeiramente maior'.

VOCÊ TEM SEGURO CONTRA LOUDNESS?

LEADER
Analisador e Armazenamento em Banda Base

PHABRIX®
Gerador, Analisador e Monitor

Leader Instruments oferece A Solução Completa em Loudness

EYEHEIGHT®
LEGAL-6
Legalizer Repleto de Recursos

VIDCHECKER™
Analisador e Corretor Automático de Arquivos de Vídeo

Como saber se o material de vídeo/áudio que acaba de chegar cumpre com as novas normas de Loudness?

Ou depois de terminar a edição de um show, quem garante que os níveis de áudio estão corretos?

Você se sente 100% confiante de que o material prestes a ser transmitido não terá qualquer sequência ruim com o nível de áudio?

Tanto na fase de INGEST, PÓS-PRODUÇÃO, ou antes da TRANSMISSÃO, a LEADER INSTRUMENTS lhe dará o conforto necessário ao detectar, medir e corrigir os níveis de áudio e estar conforme as novas normas de LOUDNESS.

VISITE O NOSSO ESTANDE B5
SET 2013
BROADCAST & CABLE

Para mais informação ou para solicitar uma avaliação de produto, entre em contato com um de nossos distribuidores autorizados

LEADER
LEADER INSTRUMENTS CORPORATION
www.LeaderAmerica.com
Sales@LeaderAmerica.com
Phone +1 (714) 487-5200
Toll Free +1 (800) 645-5104

BrasVideo: voltados a novas tecnologias

Martín Bonato

A **Brasvideo** é uma empresa reconhecida hoje no mercado broadcast brasileiro, formada por profissionais consagrados, uma de suas principais característica é o oferecimento de soluções completas ao mercado, o que normalmente se conhece como soluções end to end.

Além de simplesmente representar as principais marcas internacionais no Brasil, faz com que todo o equipamento por ela comercializado funcione da melhor maneira.

Em fala com Prensario **Martín Bonato**, diretor comercial da BrasVideo destacou: 'Cada vez estamos mais voltados para provermos soluções completas ao mercado, iniciando junto ao cliente com o projeto, venda, implementação, treinamento e suporte, suprindo as deficiências dos fabricantes. Temos trabalhando desta forma e o mercado tem reagido bem a este trabalho'.

Na passada NAB, um dos principais contingentes foi sem dúvida o brasileiro porem, Bonato afirmou que: 'Notamos que a quantidade de brasileiros em número foi menor, mas o mercado continua aquecido'.

Conquanto o mercado segue sendo forte há que ter em conta que o contexto econômico, ao menos hoje, parece estranho, por isso a comunicação aos clientes deve ser bem clara. Com respeito a este ponto e sobre a oferta que terão em Broadcast & Cabo neste ano, Bonato destaca que: 'Promoveremos nossa equipe de serviços quanto a implementação, suporte e treinamento. Temos novidades no mundo virtual, como realidade aumentada, novos recursos de MAM, projetos low-cost para emissoras menores e novos encoders para contribuição, infra-estrutura virtual'.

'Nosso booth este ano segue do mesmo tamanho e aprimoramos o arranjo físico, estamos selecionando com critérios voltados a novas tecnologias e empresas que investem em R&D e com isso novas marcas serão expostas', finalizou Bonato.

Merlin Video: 20 profissionais na Broadcast&Cable SET 2013

A **Merlin Video**, como já esperado pelo profissionais brasileiros, estará presente na 22ª edição da Broadcast & Cable, a principal feira de engenharia e televisão do Brasil. Com uma equipe altamente qualificada e preparada para atender o mercado, estará no evento com mais de 20 profissionais distribuídos nos principais estandes junto as grandes marcas representadas pela Merlin Video no Brasil.

A equipe estará preparada para apresentar os principais lançamentos em câmeras, switchers, ilhas de edição e acessórios, demonstrando as suas principais características, funções e o mais importante – dando dicas e sugestões para os profissionais que precisam adquirir novas soluções.

No estande da **Sony** a Merlin Video estará com a linha PV (professional vídeo) completa. Mas a expectativa principal dos profissionais estão na linha NEX (NEX-EA50, NEX-FS100 e NEX-FS700) que são as câmeras de sensor grande e super 35mm. Também teremos a nova linha Cinema Digital com os modelos PMW-F5 e PMW-F55 em exposição no estande.

Já no estande da **Panasonic** estaremos com toda a nova linha de câmeras AG AC-130, AC-160, AG-AC90 e também de switchers. Os profissionais que passarem pelo estande terão a oportunidade de conhecer, testar e entender as diferenças de cada tecnologia.

Na Vitec, empresa que representa e distribui a marca Sachtler no Brasil, a equipe Merlin Video estará no estande apresentando os iluminadores da LitePanel e principalmente os tripés Sachtler - em destaque o novo modelo da linha ACE L fabricado em fibra de carbono.

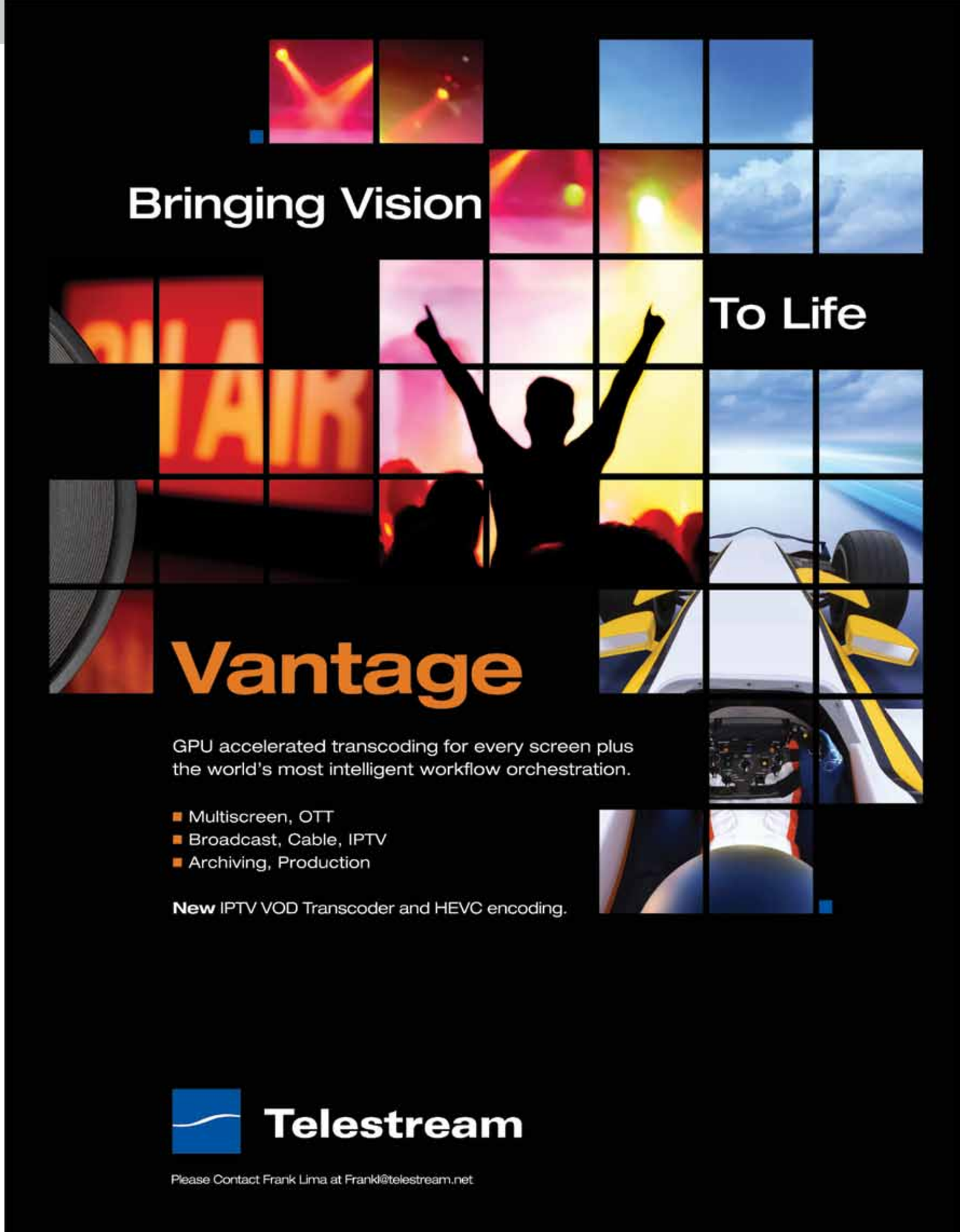
No estande da **Pinnacle** Distribuidora teremos uma equipe da Merlin Video apresentando as principais soluções das marcas; Newtek, Matrox, E-Image, Rode, AJA e Comer. Os interessados nos produtos e soluções dessas marcas irão contar com toda a assessoria e suporte da equipe.

Outra importante participação da equipe Merlin Video será no estande da DataVideo, marca também representada oficialmente no Brasil. Teremos em exposição toda linha de switchers, conversores e intercomunicadores.

Os interessados poderão conhecer o funcionamento dos equipamentos e conhecer os lançamentos da marca para o Brasil.

E também teremos equipes da Merlin Video fazendo o atendimento na Kramer, empresa conhecida mundialmente pela qualidade em seus equipamentos, serão apresentados os lançamentos em distribuidores, switchers e conversores.

A Merlin Video mais uma vez firmará seu compromisso junto aos profissionais brasileiro trazendo os principais lançamentos e tendências do mercado audiovisual. A feira é uma excelente oportunidade para estarmos mais próximos de nossos clientes e visamos sempre o desenvolvimento de nosso mercado.



EiTV soluções no mercado de Televisão Digital

Este ano, a **EiTV** apresenta novidades e soluções surpreendentes para o mercado de broadcast de televisão digital. Uma das pioneiras no mercado em equipamentos e softwares para Entretenimento e Interatividade para TV Digital, trás em qualidade e confiança. A confirmação desses atributos pode ser visto através dos números. Atualmente a EiTV possui mais de 300 emissoras e Institutos de Pesquisa espalhados pelo Brasil e na América Latina.

Datacasting

O Implementador de Funções mais utilizado no Brasil, o EiTV Playout Professional, junto a parceria da alta performance dos equipamentos oferecidos pela Canadense UBS, possibilitou o desenvolvimento de um equipamento que deve revolucionar o mercado, o EiTV Datacaster. Um único equipamento é capaz de fazer a Remultiplexação do sinal e inserir Closed Caption, Ginga e EPG.

Desenvolvido em FPGA, o EiTV Datacaster torna a adequação as exigências da norma acessível a emissoras de todos os portes, auxiliando projetos de montagem de Headend Digital ISDB-t a se manterem no menor custo possível por fazer o papel de dois equipamentos em um só. É a tecnologia a favor da digitalização de 100% das emissoras espalhadas pelo país até 2016.

Rodrigo Araujo de EITV

Closed Caption

A solução EiTV Closed Caption, desenvolvido em parceria com grandes emissoras e a Americana Wohler, esta composta pelo software integrador EiTV CC Studio e encoder e decoder nos padrões CEA-608/708 e B37 (HD e SD) para a geração de Closed Caption online e offline de acordo com as normas previstas no padrão ISDB-t.

Com o objetivo de acabar com custosas horas de trabalho de pessoas altamente qualificadas, foi desenvolvido na EiTV o EiTV CC Studio software que integra diversos sistemas de TP, com texto (online e offline) e reconhecimento de voz, alcançando o objetivo previsto na norma de 98% em seu nível de acerto, em uma operação bastante simplificada. A possibilidade de operação remota também permite oferecer o EiTV Closed Caption como serviço a quem interessar através da solução.

Contribuição de Rede via IP

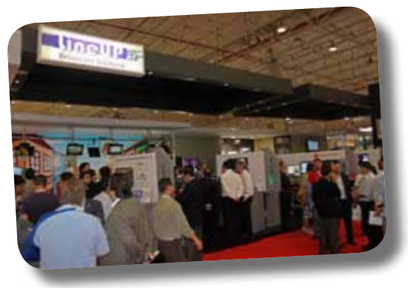
Os anos de mercado proporcionam parcerias internacionais de extrema qualidade, como no caso da americana Z3. Seus Encoders e Decoders ISDB-t são compactos e de excelente desempenho, se adequando perfeitamente a operações de Contibuição de Rede via IP.

Os modelos de entrada analógica ou digital permitem que operações remotas ou de link externo/interno, de Contribuição de Rede via IP, se façam com excelente qualidade de vídeo (H.264) e áudio (AAC) e sejam configuradas de maneira remota e bastante simples.

Laboratórios ISDB-t DTVi.

Presente em diversos países da América Latina e nos mais renomados Centros de Pesquisas e Universidades, a solução permite emular em ambiente fechado todas as mais diferentes operações.

LineUp: ano de consolidação com a integração de Comtelsat



Nilson Fujisawa, diretor da **LineUp** no Brasil, e **Kanato Yoshida**, gerente de projetos, afirmaram a Prensario que o 2013 'é um ano importante' para a consolidação da LineUp com a **Comtelsat** do México, e explicaram: 'A integração entre as empresas está sendo consolidada e exposta com mais transparência aos clientes brasileiros, que serão beneficiados com estas mudanças, pois esta possibilitando maior abrangência no mercado, integração de mais soluções e capitalização de recursos para viabilizar os negócios'.

'Este ano a LineUp prevê um grande crescimento, pois as medias e pequenas emissoras deverão continuar os investimentos em sistemas de MAM e soluções *Loudness Control*, bem como o projeto de digitalização, o que possibilita o nosso crescimento devido a equipe de engenharia com expertise na digitalização, instalação e projeto desde a concepção a finalização/entrega do projeto, já com grandes referencias no mercado brasileiro'.

Depois de sua participação na passada NAB das Vegas, Nilson Fujisawa disse: 'O mercado broadcast vem passando por uma metamorfose nos últimos cinco anos, não somente devido a grande migração para as soluções em TI com os grandes avanços dos hardwares e softwares com excelentes interfaces operacionais, monitoração e manutenção. Com o crescimento dos usuários de multiplataforma, a televisão está desenvolvendo os seus novos produtos que a TV Digital oferece para competir com os produtos que são lançados com o melhoramento de banda larga, são elas 3D que não decolou e agora o 4K que promete crescer devido a grande melhora de qualidade para as telas grandes'.

'Concluindo, a metamorfose no mercado de televisão no Brasil já vem mudando muito. A cinco anos para cá e nos próximos cinco anos as mudanças serão mais exponenciais, devido a concorrência dos novos produtos lançados para usuários multiplataforma', acrescentou.

Em matéria de comunicação de serviço, assinalaram: 'O maior foco é a consolidação da LineUp como uma integradora de soluções, que pode prover soluções de acordo com a demanda e necessidade de cada cliente em parceria com as empresas que representamos e com a experiência de um corpo técnico com conhecimento das necessidades do mercado brasileiro que faz a mais de 22 anos. Com a entrada da Comtelsat além de juntarmos toda experiência técnica teremos os recursos financeiros para viabilização dos projetos de integração'.

Novidades das marcas representadas

'Estaremos apresentando novas marcas representadas, que estão sendo agregados ao nosso portfólio que já mostra a consolidação da LineUp com a Comtelsat, como as soluções da empresa **Dejero** (soluções em mobilidade); **SI-Media** (soluções em MAM); **Axon** (soluções em Master Control, Convertes, Multiview)'.

'E consolidando as parcerias antigas, demonstrando suas novas soluções, para isso teremos uma área exclusiva para apresentação de sistemas de MAM/Archive/Robotica (**Front Proch, Aveco, SI-Media, Grass Valley, Spectra**); transferências de arquivos através da **Aspera, Axon** (Master Control, Convertes, Multiview), Loudess Control com a **Junger Audio**; transmissão por COFDM pela **Cobham**; teremos um estúdio para demonstração das nossas câmeras da **Grass Valley** a *LDX*, **JVC** com *GY650* e *GY790*; monitoração de sinal ISDBT da **Traffic Sim**; e por fim uma exposição do nosso caminhão de externa, uma Unidade Móvel de 9 metros com expansão Lateral, com projeto, instalação feitos pela equipe da LineUp e projetado para venda integrada com as principais marcas representadas e com o produto já nacionalizado, ela estará em exposição para venda'.

Em relação ao ano passado, LineUp estará com um o dobro do espaço do ano anterior, 'isto é um stand de 180m2, na rua D7, será uma ilha inteira na qual pretendemos mostrar a nova fase da companhia com soluções para banda base e Archive/MAM e projetos de engenharia, bem como a força que temos na integração de grandes e pequenas marcas para compor um projeto, onde o cliente poderá ver tudo isso em nosso estande, e aproveitar a visita para conversar com o nosso pessoal de vendas e engenharia que estarão em tempo integral para atender os clientes.

O modelo Comtelsat chega a Line Up

Israel Gómez

Comtelsat, presidida por **Manuel Arroyo**, é uma empresa que inova constantemente na região. Agora tem três grandes projetos novos, segundo confirmou seu vice-presidente **Israel Gómez**, que se localizam nas diferentes áreas de negócios nas que se move Comtelsat. Na imobiliária que é dona de edifícios e consegue o financiamento para os projetos, está a construção dos terceiros estudos para Fox Sports em México.

Em segundo lugar, está o fato de converter-se Comtelsat mesmo em um programador. Depois da compra do jornal El Financeiro, tomou-se a licença da reconhecida corrente americana Bloomberg, que por agora será só de México a Panamá baixo o nome de El Financeiro Bloomberg.

E em terceiro lugar, está o objetivo de terminar de levar o modelo Comtelsat a Brasil, com todas as unidades de negócios mencionadas à adquirida LineUp. Israel Gómez comentou que encontraram uma empresa 'com grande reconhecimento no mercado, muito bom grupo humano e de engenharia, mas cujo modelo de negócios era similar ao que nós fazíamos faz oito anos'. A ideia é poder chegar cedo com vários negócios que incluam um mesmo tipo de leasing e inovadoras soluções de financiamento. Para assegurar da modernização das diferentes áreas, Gómez confirmou que se vai arraigar um ano a São Paulo; para este agosto já deveria estar aqui.

Pinnacle Broadcast agrega mais uma grande marca ao seu canal de distribuição

Pinnacle Broadcast, a renomada distribuidora brasileira de equipamentos de áudio e vídeo, apresenta oficialmente, uma das mais experientes e revolucionárias marcas do mercado de vídeo, a **Blackmagic Design**. Com isso, a Pinnacle Broadcast agrega outro grande nome à seleta lista de fabricantes representados pela empresa no Brasil. A Blackmagic Design, se junta a **Rode**, **NewTek**, **E-Image**, **Matrox**, **Event** e **Media5**, aumentando o portfólio de produtos focados no mercado de áudio e vídeo oferecidos oficialmente aos consumidores brasileiros.

Toda a linha de equipamentos da empresa Blackmagic Design como câmeras (portáteis, 2,5K e 4K), switchers de produção, gravação em disco, placas de captura (broadcast, pós-produção e longa-metragem), editores de vídeos para pós-produção, processador de vídeo, conversores, hubs, monitores de áudio e vídeo, codificadores, inclusive softwares, estarão disponíveis no país pelos canais de revendas autorizados.

A expertise, logística de mercado e o famoso atendimento ao cliente prestado pela Pinnacle Broadcast, serão aplicados à distribuição de equipamentos da Blackmagic Design, ou seja, os consumidores que adquirirem produtos da marca nas revendas oficiais terão acesso a um pós-venda diferenciado, suporte, assistência técnica, workshops, atendimento ao cliente e garantia total dos produtos.

Equipamentos High-End

Fundada em 1984, a Blackmagic Design, especializada em fabricar equipamentos para broadcast e produção de vídeo, é líder mundial em tecnologia e inovação no mercado. A Blackmagic Design possui uma longa história em edição de pós-produção e engenharia com uma extensiva experiência no mercado cinematográfico.

A fabricante, ao longo dos anos, assimilou empresas como a Da Vinci Systems, que ganhou o Emmy Awards por seu equipamento de coloração e restauração de filmes; a Echolab, fabricante de vision mixers; a **Teranex**, que fabricava hardware de processamento de vídeo e a **Cintel**, que produzia equipamentos profissionais de pós-produção para transcrever filmes em formato de vídeo ou dados.

Um dos principais equipamentos da Blackmagic Design, as câmeras Blackmagic Cinema de alta qualidade 2.5K e 4K, permitem a troca de lentes e trazem diferentes tipos de características para uma maior flexibilidade de filmagens. Além de estar preparadas para a nova era da alta-resolução de vídeo, o usuário não fica preso em lentes específicas, pois seus encaixes EF e

Edi Carlos, da Seegma, e Ricardo López, da Pinnacle

MFT, permitem uma compatibilidade ainda maior com diferentes tipos de fabricantes do mercado como **Canon** e **Zeiss ZF**, além de outros diferenciais.

A linha ATEM de Switchers também é um grande destaque da fabricante, pois entrega a mais avançada tecnologia em termos de produção ao vivo. Os equipamentos trazem características modernas como chroma independente, transições entre câmeras, media players nativos, multi-view dentre outras características.

Toda a linha Blackmagic Design já pode ser encontrada no mercado brasileiro através dos revendedores autorizados: DVPRO, **Seegma Broadcast** e **Merlin Vídeo**.

AVB em Axon: transmissão de vídeo sem comprimir

Peter Schut, Alfredo Cabrera e Johan Lieffers, de Axon

Axon introduziu em suas novidades da NAB a distribuição de vídeo sobre IP sem comprimir (AVB), segundo confirmou **Peter Schut**, seu Chief Technical Officer. Já se vislumbra um futuro onde a infraestrutura tradicional dos broadcasters se substitui por mecanismos diferentes como IP e Ethernet, através dos novos dispositivos de routing e switching.

A marca procura demonstrar ao mercado broadcast como isso pode dar novas possibilidades, liderando novas gerações de produtos de infraestrutura e modos de trabalhar com os meios.

Algumas dessas equipes já são realidades como a distribuição de vídeo sem comprimir usando o IEEE802 AVB, primeiro avanço para a nova tecnologia. Esta estratégia titula-se O coração do broadcast. É uma grande mudança e abre muitas portas para dispositivos móveis como iPads.

Também introduziu o controle de loudness Junger para seus módulos de controle Synapse.

Distribuidor e suporte autorizado

Pinnacle
Broadcast
Razão de Ser Líder

Agora é Blackmagicdesign Brasil

A Pinnacle Broadcast traz para o Brasil umas das marcas mais respeitadas do mercado de vídeo, agora com:

- Suporte técnico
- Treinamentos e Workshops
- Garantia no Brasil
- RMA

Contatos
www.pinnaclebroadcast.com
comercial@pinnaclebroadcast.com
(11) 2605-0563 / (11) 2533-2465

Visite- nos
SET 2013
BROADCAST & CABLE
Rua F stand F6

@pbroadcast

/pinnaclebroadcast

Revendas Autorizadas

DV PRO Engenharia de Televisão
www.dvpro.com.br
(11)3284-3521

merlin
www.merlinvideo.com.br
(19) 3741-4488

Seegma
www.seegma.com.br
(11) 5082-2302

Nugen Audio's ISL gives Mixers Hollywood insurance against True-Peak violations

After years in the business and a long history in reality television, I founded **Mixers Hollywood** in 2010 to focus on postproduction sound services for television, documentary, music and film. Mixers Hollywood is a relative newcomer on Hollywood's postproduction scene, but I'm pleased to say we already have an impressive résumé. We're best known for mixing documentaries and many seminal reality shows --including *The Rescuers*, *Operation Homecoming - Writing the Wartime Experience*, *Survivor*, and *Fear Factor*. Mixers has won Emmy® Awards for both types of programming.

In summer 2012, Mixers Hollywood started postproduction on the reality show *Stars Earn Stripes* for **NBC**. *Stars Earn Stripes*, as with most of the shows we do, has a lot of action, with gunfire and bombs going off almost constantly. A lot of action means a lot of peaks to deal with, and not much time to correct for them. So we began searching for a True Peak limiter that would ensure our mixes were compliant with network specs.

We tried *Nugen Audio's ISL* True Peak limiter and have never looked back. The problem with most peak limiters is that the harder you hit them, the more likely they are to miss something that's out of spec, a mistake that could cause the broadcaster to send the mix back for correction, and cost us thousands of dollars. With all the gunfire and bombs going off in *Stars Earn Stripes*, our ISL True Peak limiter gets a real workout. It would be easy to miss a peak here and there, but ISL catches everything.

True Peak limiters are pretty rare --until recently they didn't even exist-- and it's even rarer to find one that can handle such a broad dynamic range of sound without missing anything. ISL is the only product I've ever found that handles true peaks transparently and reliably without having to think about it. Before ISL, we would have had to leave a greater margin of error to allow for true peak violations that might get past traditional limiters. ISL holds the line.

Terrance Dwyer, owner of Mixers Hollywood

Another problem with other limiters is that the harder you hit them, the more you hear them – a quality that might sometimes be desirable in music mixes, but not in post. For example, if the sound of a gunshot hits a limiter too hard, the sound usually becomes dull and flat. But ISL catches the sound fast enough that it continues to feel dynamic rather than falling flat. The first episode of *Stars Earn Stripes* was a two-hour special, with guns, bombs, and helicopters throughout most of the show. We mixed it in a just few days. Without ISL, we would have had to measure and allow margin of error for every single pop or shot, which would have slowed the process and compromised the output. But because of ISL, we didn't have to think about it, and we mixed it in about half the time.

ISL has become a staple at Mixers Hollywood. It's in our template now, incorporated into every output stem on every show. When we receive recorded material for mixing, we simply plug in the ISL to the music master channel and the effects master channel. ISL will see every channel that feeds into the master and every type of output required by the various networks. For redundancy, ISL also measures the 5.1 mix itself.

The most valuable thing about ISL is that it protects us like an insurance policy against compliance violations. If the ISL is in the chain, we don't worry about a transient getting through. It holds spec so that we can be certain nothing will get beyond it --and that means nothing will be kicked back to us for over peak correction. ISL is an invaluable tool for even the most stringent--10 delivery specs.

ISL is also quite well-priced considering how valuable it is. And it's clear that the designers knew exactly what they were doing. The layout is made for TV, as opposed to others I've seen that don't seem to fit our business, and the thresholds for various TV and film settings are dead-on.

Nugen Audio's ISL was the right solution for Mixers Hollywood because sonically it's quite transparent, and it's foolproof. With ISL, we spend more time mixing and less time thinking about the over peaks. It's that simple.

ITCCOM: Equipamentos para CATV, TV a Cabo e MMDS

A empresa **ITCCOM** (originalmente **Intelcom**) é pioneira no desenvolvimento e fornecimento de equipamentos para CATV, TV a Cabo e MMDS desde 1989. Ao longo dos anos o Departamento de Engenharia da ITCCOM vem se desempenhando no desenvolvimento e melhorando sua linha de amplificadores "in door", "out door" e Two way nas freqüências de 550MHz, 750MHz, 860MHz e 1GHz além de Fontes de alimentação com mais potência que é o caso da nova fonte FALER 90P com 1350W, Combinadores, Filtros, Diplex e muitos outros equipamentos utilizados no segmento.

A ITCCOM também atua no desenvolvimento de produtos para rede óptica, tais como receptores quádruplos, node óptico COM 2 OU 4TX, transmissores ópticos, dentre outros produtos que sua rede necessita com tecnologia e qualidade que é sua marca registrada.

Luis Oscar Samacoits e José Lorenzo Bruzzechesse, diretores, e Cristiane Baldo da ITCCOM

A empresa estará na ABTA, apresentando a seus lançamentos para 2013.

videoscope
Broadcast Audio & Video Equipment Distributors

Todas as suas necessidades...
Em apenas um lugar!

Address: 7711 NW 46th Street Miami, FL 33166
Telephone: (305) 436-1684 - Fax: (305) 438-3743
Email: vendas@videoscopeusa.com
Website: www.videoscopeusa.com

/videoscopeus
/videoscopeusa
Videoscope Inc.
/videoscopeusa

Hitachi Kokusai Linear apresentou transmissores em Broadcast Ásia

Carlos Henrique Ferreira, de Hitachi Kokusai

Hitachi Kokusai Linear apresentou sua linha de transmissores para broadcast que suportam o standard ISDB-T na feira Broadcast Ásia 2013, que se realizou do 18 ao 21 de junho em Singapura.

A marca continua promovendo dito regular na região. **Carlos Henrique Ferreira**, manager de exportação, afirmou: 'Alguns países da região já têm adotado o formato ISDB-T; gostaríamos de apoiar a adoção desta norma porque achamos que é uma tecnologia superior'.

Os transmissores Hitachi Kokusai Linear estão equipados com artigos regular e um número de opções para entregar consistentemente o sinal em alta qualidade e com avanços significativos em termos de linearización, faixas de erro em modulación e fontes de sincronização.

A marca tem conseguido vários objetivos, desde que a brasileira Linear adquiriu Hitachi. Entre eles, destaca o ter elevado o market share em transmissores para Broadcast de rádio e a construção de uma presença no mercado local em atividades pré e pós vendas.

Na expo, os visitantes puderam ver também a câmera slow-motion *SK--HD1500* e a série para conexões digitais microondas *FR-Z100*. **Hiroshi Mão**, assistant manager do Centro de Excelência de Hitachi Ásia, expressou: '*A SK-HD1500* é a quinta geração triplo speed slow motion para HDTV de câmera de estudo e exteriores. Tem sido desenvolvida especialmente em resposta às demandas do mercado de captura de imagens em HD em eventos esportivos e de ação'.

No área de conexões digitais microondas, o sistema *FR-Z100* de Hitachi é o de menor tamanho disponível no mercado e impulsiona o menor consumo de energia, fazendo-o ideal para facilitar a cobertura fora dos estudos de produção.

CPL: soluções para deficientes auditivos

Closed Caption por reconhecimento de voz será um dos serviços demonstrados no estande da CPL

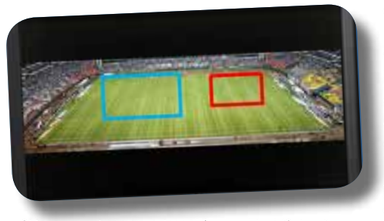
A democratização do acesso à cultura demanda esforços para acessibilidade do conteúdo televisivo. Por isso, o **Centro de Produção de Legendas** (CPL), pioneira no Brasil na produção do *Closed Caption Offline*, leva à SET Broadcast & Cable soluções que garantem acesso à informação a pessoas que necessitam de recursos especiais, tornando-as capazes de promover o resgate de sua identidade e autonomia.

A empresa apresentará seus sistemas de *Closed Caption* por reconhecimento de voz, *Audiodescrição*, *janela de LIBRAS* e *Closed Caption Offline*. Tradicional no segmento, o CPL é responsável pela produção de *closed caption* para todos os filmes exibidos pela **Rede Globo** desde 2000 e, desde 2004, é parceria da ARPEF (Associação de Reabilitação e Pesquisa Fonoaudiológica), do Banco do Brasil e da Petrobrás em projetos de acessibilidade voltados ao cinema nacional.

Sony fará testes de captação 4K nos Jogos do Mineirão na Copa das Confederações

A **Sony**, como única fabricante de eletrônicos patrocinadora oficial da **FIFA**, realizará captação em 4K dos três jogos que serão disputados no estádio do Mineirão durante a Copa das Confederações. Este será o primeiro grande teste de gravação e produção ao vivo de conteúdos 4K em tempo real, com a câmera *4K PMW-F55*, câmera da linha *CineAlta™ 4K*.

Luiz Padilha, diretor de marketing e vendas da área profissional da Sony Brasil, comenta que para os testes serão utilizados ainda os switchers MVS-8000X, os monitores PVM-X300, e o deck de gravação SR-R1000 que estarão na primeira unidade móvel de produção construída especificamente para fazer captação em 4K, que estará do lado de fora do estádio. As cinco câmeras F55 espalhadas pelo Mineirão captarão em 4K os melhores lances dos jogos. Os conteúdos serão editados e armazenados, além de exibidos para convidados especiais em áreas montadas ao redor do estádio.



Stitching: controle do corte de câmera virtual (Cut-out)

'Este é o nosso grande teste para viabilizar o 4K ao vivo, queremos ano que vem trazer a Copa do Mundo para dentro da casa dos brasileiros, com toda a tecnologia 4K possível', afirma **Carlos Paschoal**, gerente-geral de Marketing da Sony Brasil.

As imagens em 4K geradas por essas câmeras serão utilizadas também , pela primeira vez no Brasil, com a tecnologia de Stitching, um sistema que permite emendar as imagens ao vivo como se fosse uma grande imagem panorâmica do estádio de altíssima resolução.

O modelo *F55* possui um obturador global para eliminar efeitos enviesados de rolamento de obturador e segmentação de flash, entregando vasta gama de cores fiel para reprodução de cor verdadeira. A câmera possibilita ainda ampla exposição de latitude (14 stops), de alta sensibilidade e baixo ruído.

É possível ligar a F55 a um monitor de LCD 4K de 30 polegadas, o *PVM-X300* usando interfaces 3G SDI em resolução 4096x2160 para monitoremento ao vivo de até 60p durante as gravações XAVC 4K, assim como reproduzir imagens XAVC 4K.

Para o consumidor final, a Sony lançou o primeiro modelo 4K 3D do Brasil em novembro do ano passado e está ampliando sua linha de TVs com esta tecnologia. Em julho deste ano, dois novos modelos de 55 e 65 polegadas em alta resolução e altíssima qualidade de som e imagem, chegarão ao mercado nacional. Os modelos contam com painel LED 4K (3840 x 2160 pixels), resolução aproximada de 8.29 megapixels – equivalente a quatro vezes ao de uma TV Full HD. Observado a uma distância de 1,3 metro (para TVs de 65"), os pixels individuais de uma TV 4K não são vistos, o que cria a experiência de assistir TV com a mesma qualidade das imagens na vida real.

SPINNER é uma empresa líder em desenvolvimento e fabricação de componentes para radiofrequência. Desde 1946 as empresas mais importantes do mercado confiam na SPINNER como provedora de produtos de alta qualidade e de soluções sob medida.

Com matriz em Munique, o grupo SPINNER possui 4 fábricas e 11 sales offices espalhados pelo mundo, totalizando mais de 1100 funcionários.

SPINNER GmbH
Headquarters
Erzgiessereistrasse 33
80335 München
Germany

bc@spinner-group.com
www.spinner-group.com

SPINNER

Broadpeak: a melhor solução para a CDN dentro da rede

Arnault Lannuzel

Arnault Lannuzel destacou o posicionamento que a **Broadpeak** vem apresentando na América Latina. 'Existe uma oportunidade especial neste momento do mercado. Quando a OTT começou o primero passo foi usar a CDN como serviço a empresas como **Akamai** ou **Level 3**, mas pouco a pouco o círculo normal permitiu aumentar o tráfego e as receitas também aumentaram', expressou o executivo na recente edição da NexTV Summit South America, em Buenos Aires.

Por isso, as operadoras começaram a buscar soluções da CDN dentro da rede, que é o que a Broadpeak destaca. 'O fato de propor uma inovação que os outros competidores não tinham nos abriu muitas portas. Agora os clientes se apropriam da preparação e distribuição do conteúdo', ressaltou Lannuzel.

'Se temos mais assinantes, existe risco de preço e congestionamento a partir dos Estados Unidos. A otimização de uma CDN própria é o caminho escolhido, pois faz parte do controle que querem ter. No Uruguai é interessante pelas operadoras a cabo que chegam a oferecer OTT depois das empresas de telecomunicações, mas com o mesma vontade de oferecer um serviço e não deixar que os seus clientes escolham ofertas como a **Netflix'**. O executivo lembrou o que **Javier Ruete** da **TCC** disse em sua conferência da NexTV: 'Se o cliente for para a Netflix, então significa que fizemos algo mal'.

E continuou: 'A Broadpeak tem uma solução em software e não dependemos de nenhum hardware. O custo principal é a licença e é por tráfego, totalmente escalável em hard e soft. Isso a partir de operações menores de até 1000 usuários e os acompanhamos com o crescimento, pois o modelo é muito rentável. O foco é que tenha funcionalidade de streaming e gere estatísticas dos consumidores, porque assim a CDN se valoriza muito'.

'Competimos com grandes fornecedores e integradores de equipamentos Telecom, mas o nosso único negócio é o domínio da CDN. Todos os gastos de pesquisa e desenvolvimento estão feitos para isso. Faz dois anos que estamos investindo e participando dos eventos da América Latina, com uma rede de parceiros, distribuidores e integradores em cada país. É interessante que os clientes latinos estejam muito mais educados que há dois anos e tenham lido sobre nossas inovações'.

Vale lembrar que o *Nano CDN* recebeu um prêmio como melhor tecnologia para a WebTV no IBC 2012; o *C-CAS* como melhor tecnologia para IPTV e OTT no TV Connect 2013 e o *Umbrella CDN* que ganhou o prêmio de Streaming Media Europe em 2013.

Também trabalham com a **Telecom** Argentina e esperam crescer muito em OTT. A empresa conquistou sete novos clientes de OTT este ano na Europa e Ásia, e isso é um excelente sinal.

O Video Roteador Digital da Ensemble Designs é poderoso e compacto, permite até 15 entradas totalmente configuráveis, SDI e HDMI.

VideoSystems.com.br +55 11 3835-9777
EnsembleDesigns.com +1 (530) 478-1830

ENSEMBLE DESIGNS

Solução para TV Everywhere da Viaccess-Orca: a mais nova experiência em personalização, consistência e segurança de conteúdo em qualquer dispositivo!

Personalizada – customizada para cada tela, com integração de acesso ao conteúdo.
Suporte para serviços de entrega gerenciados e não gerenciados (OTT) – possibilita gerenciamento completo do workflow.
Gerenciamento avançado de conteúdo e direitos – para todos os tipos de conteúdo e dispositivos.
Uma combinação única de Pay TV e vídeo sobre IP.

www.viaccess-orca.com

Shape the ultimate content experience viaccess·orca

Provys será OB co-driver para os Jogos Olímpicos de Inverno 2014

Os preparativos para as transmissões dos Jogos Olímpicos de Inverno de 2014, que serão realizados em Sochi, na Rússia, já estão a caminho. Para este evento, em 2009 foi criada a organização sem fins lucrativos **Sports Broadcasting** (Panorama), destinada a fornecer uma cobertura nacional na Rússia com conteúdo televisivo em HD, tanto dos Jogos Olímpicos de Inverno, quanto dos Jogos Paralímpicos de Inverno, e da cobertura internacional em HD dos Jogos Mundiais Universitários de Verão, Kazan 2013.

A Panorama é grande. Conta com 14 OB vans, muitas pessoas e equipamentos, incluindo um grande número de pequenos elementos. Sem um sistema de management central não seria fácil de organizar, e alguns equipamentos poderiam ficar inutilizados, enquanto uma câmera high-end seria explorada ao dobro.

Por isso, com quase duas décadas de experiência no trabalho com broadcasters, a Provys forneceu sua solução, que consistia em um sistema de uso de recursos amplo, baseado em modernas tecnologias da informação que ajudariam a empresa de diversas formas. Como primeira vantagem, a solução era capaz de substituir toneladas de papel usadas todos os anos mas como a Panorama é uma entidade bastante nova, os fluxos de trabalho baseados em papel já não eram mais utilizados no momento do seu lançamento.

A Panorama utiliza uma ampla variedade de sistemas IT que agora foram integrados com a Provys. Particularmente, havia a necessidade de integrar com a Microsoft Project, um sistema que os managers da Panorama utilizam como ferramenta padrão para organizar as produções de seus eventos esportivos. Quando utilizam o MS Project, a Provys se transforma em uma importante fonte de informações e vice-e-versa. Por isso, a importação e exportação de dados entre os dois sistemas são mecanismos utilizados com frequência. Este oferece uma imagem completa a managers, que estão acostumados a controlar a produção através de ferramentas padrões MS Project.

A equipe da Provys na recente NAB de Las Vegas

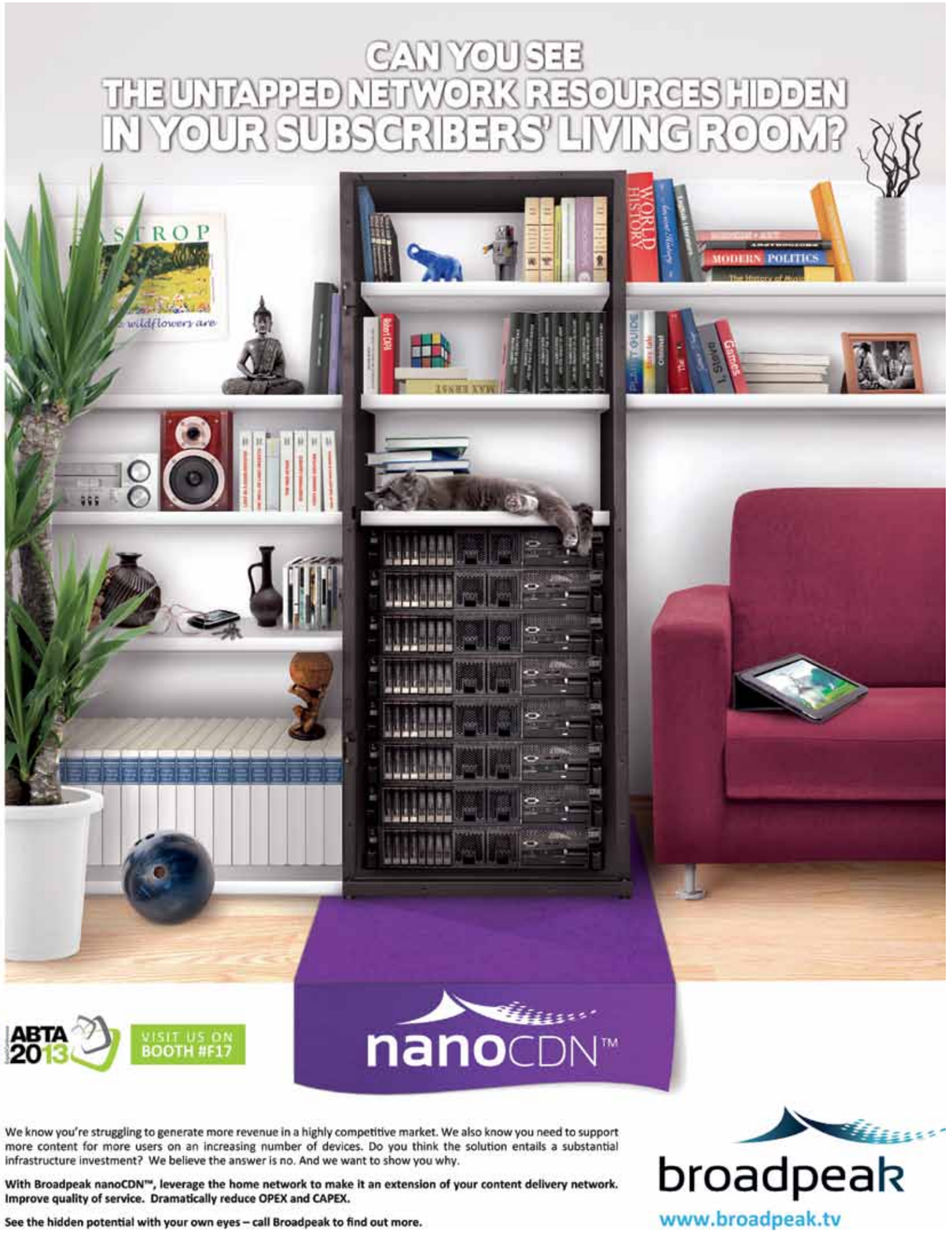
Uma das grandes melhorias em eficiência é a rede baseada em Windows, *Active Directory*, cujo controlador de domínio autentica todos os usuários e computadores logueados no domínio. Confere senhas e define o perfil de acesso Provys correspondente. Por exemplo, isto permite coordenar o processo de entrada de novos usuários.

A Provys permite à Panorama otimizar e organizar o uso de todos os seus recursos: desde os membros individuais da equipe aos mais complexos sets de equipamento, tais como as OB vans. Mostra onde, quem e o que está sendo utilizado, além de calcular a porcentagem de uso. Com o estatus de todos os seus componentes e requerimentos centralizado, os managers podem ter um bom controle sobre os recursos disponíveis.

O sucesso do projeto pode ser atribuído em grande parte à solução da Provys, configurada para satisfazer as demandas dos processos específicos da Panorama. Algumas das qualidades mais apreciadas não estão envolvidas diretamente com a parte técnica da produção, como a "Logística em Viagens de Negócios" que gestiona as passagens aéreas e o alojamento. Além disso, a Provys gestiona as "Atividades Hierárquicas" permitindo a subdivisão ou "Encadeamento Classificado", facilitando a análise crítica da rota.

Zdenek Razek, Senior Consultant em Provys comentou: 'Outro resultado destacado deste projeto foi a porta de entrada do SMS. Geramos automaticamente mensagens, SMS ou e-mails, para equipamentos de produção quando fez falta ao serem adicionadas novas tarefas ou realizadas mudanças nos planos de produção. Depois, tanto o público interno quanto o externo puderam aceitar ou recusar os requerimentos sobre a interface web, literalmente desde qualquer lugar'.

O primeiro grande evento quando todo o sistema será colocada a prova no limite são os Jogos Mundiais Universitários de Verão, Kazan 2013. Uma audiência mundial verá os resultados. Isto está tão próximo que se transforma em um ensaio prévio aos Jogos de Inverno.



Minnetonka: redifining standards for loudness control

Oliver Masciarotte, director of Customer Experience at Minnetonka Audio Software

After a decade of research and collaboration, the foundations are in place for loudness management across a broad spectrum of delivery platforms. The ITU's BS.1770 worldwide standards for television are a basis for future discussion regarding loudness management at home and on the go. Only a year ago, the Brazilian Ministry of Communications quietly mandated Loudness Normalizing standards.

AT-FOCUS: User interface for entry level automated loudness control solution, AudioTools FOCUS for Loudness Control.

The entertainment ecosystem is a complex blend of audio, video and metadata interdependencies. Practitioners "test driving" real world methodologies have exposed systemic weaknesses. One problem is automatically controlling loudness of high dynamic range audio (HDRa) content, such as Hollywood blockbusters, without sacrificing the perception of the original wide DR mix. Another issue is handling short form content, usually advertisements. Because of their sort duration, clever mixers are able to build an unacceptably loud mix and still have it hit mandated targets.

Truly compliant modern loudness control can only be file–based, because the ITU-1770 family of standards dictates that Program Loudness, the principal metric of loudness measurement, is calculated over the entire duration of a program. This means that real–time processes yield only simplistic compliance, but also introduce delays that complicate downstream workflows.

The very definition of entertainment is changing, as young audiences do not differentiate between platforms and delivery methods. Today, engineers should rely on workflows that handle the special cases mentioned above with as little human intervention as possible. The key to efficient adoption, from production to cross–platform playout, is intelligent, iterative file–based automation. Loudness control creatively frees mix engineers while automation ensures that compliance is met. Plus, your audience benefits from the consistent results.

Pedro Silvestre dirigirá as vendas da Aspera

Pedro Silvestre

Após quase sete anos, **Pedro Silvestre** decidiu mudar de empresa e agora dirige as vendas de **Aspera** para América Latina.

A missão de Aspera é criar e desenvolver tecnologias baseadas em software que permitam mover os dados do mundo à máxima velocidade independente do tamanho do arquivo, a distância, ou as condições das redes de telecomunicações. A tecnologia de Transporte de Aspera FASP é o coração de todos os produtos de software da empresa. Com aproximadamente 2,000 clientes e mais de 16,000 licenças de software ativas no mundo, Aspera trabalha com clientes que precisam mover grandes quantidades de arquivos através da rede.

Aspera e sua tecnologia de transporte de dados FASP hoje é utilizada na indústria para transferir arquivos em alta velocidade e gerenciar coleções de arquivos digitais através de redes tipo WAN. Estações de Televisão, empresas de meios e telecomunicações, ligas esportivas, empresas de criação de jogos digitais, agências governamentais, entre muitos outros, hoje confiam nas soluções de software de Aspera para transferir seus arquivos e ativos digitais em seus projetos mais importantes.

Ensemble Designs: controle de repetidoras por Internet

David Wood, chefe de desenhadores da Ensemble Designs

Ensemble Designs apresenta o *Avenue*, um sistema de controle de repetidoras broadcast e via satélite por Internet, que permite poupar viagens e visitas a locações remotas.

O sistema funciona com protocolos IP e permite controlar, por exemplo, o funcionamento de um transmissor e a cada um de seus componentes, ainda o mais simples, desde os estudos centrais. O sistema de controle é sumamente intenso: verifica todos os parâmetros do sinal: sua qualidade, formatos, capacidade de ajuste, etc., com menúes singelos de operar e outorgando a capacidade não só de saber o que esta sucedendo, senão também o modificar.

David Wood, chefe de desenhadores de Ensemble Designs, disse: 'É como poder estender sua mão à distância, e ser capaz de controlar tudo, tanto seu retransmisor esteja a seu lado ou, literalmente, do outro lado do planeta. Qualquer dos métodos de controle pode ser utilizado'.

Há uma interface PC, um painel táctil e uma unidade de tamanho one--rack. A cada um dos módulos da planta remota de transmissão pode ser controlado e seu funcionamento ajustado ao que se considere ótimo para o caso, independentemente da localização e sempre que exista uma conexão de Internet entre o controle central e dita localização.

Arris-Motorola: nova liderança na América Latina

Miguel Cruz e Germán Iaryczower, novo SVP para a CALA

Depois da grande notícia da compra da Home da **Motorola** pela **Arris**, que era **GI**, a equipe começou a se integrar de uma maneira muito positiva como foi comunicado na Canitec.

Germán Iaryczower foi nomeado Senior VP para a CALA e pela primeira vez expressou à Prensario seu posicionamento, potencial e market share atual. 'O mercado estava interessado em nos ver juntos e compreender a estratégia que estamos criando com muitas expectativas. Nesta semana da Canitec pudemos comunicar o futuro da Arris aos nossos sócios estratégicos'.

O executivo acrescentou: 'A mensagem foi de inovação, uma empresa que com novidades vai revolucionar a indústria. Existe um foco muito grande no desenvolvimento e investimento para os mercados internacionais. Hoje em dia, o mercado de TV por assinatura para a Arris é um negócio importante e a ideia é também trazer soluções para mercados diferentes, com ARPUs diferentes, como as teles, proveedores de IPTV, etc'.

'Definitivamente, a união das duas empresas nos dá muita flexibilidade. Mesmo assim, vale destacar que a Arris está focada na qualidade com padrões abertos e vamos continuar com esta estratégia, além de incorporar melhores soluções com a Motorola', completou.

'Estamos unindo as duas equipes, pois a CALA foi reestruturada. Estou muito contente pela decisão de ter recursos mais importantes para estarmos próximos dos clientes e participar da sua estratégia'.

E concluiu: 'A Arris já estava no *top of mind* de muitas operadoras, mas agora criamos uma empresa maior com presença de liderança na América Latina. Os dois market share somados criam uma liderança na região, mas a ideia não é pensar no que fizemos, mas sim no que vamos desenvolver'.

Albis Technologies: otimizando a experiência do usuário de OTT e STB

A experiência do usuário de televisão está mudando rapidamente. No atual meio multi tela, os assistentes estão consumindo conteúdos de meios em uma crescente variedade de dispositivos conectados a IP.

Tradicionalmente, a entrega de conteúdo de TV sustentava-se em uma combinação de tecnologias baseadas em DVB MPEG para serviços lineares e tecnologias IP como multicasting ou RTSP para VOD. Mas a demanda de uma experiência de consumo de meios em Set-Top-Boxes (STBs) mais interessante está fazendo à entrega de conteúdo significativamente mais complexa. Agora se requer que os provedores de serviço prestem suporte a uma ampla faixa de diferentes codecs e formatos de áudio e vídeo.

A melhor estratégia para a entrega de uma experiência de TV em STBs mais rica é confiar em um marco de meios unificado que suporte todos os codecs de áudio e vídeo, subtítulos e formatos de arquivo e tecnologia de buscador moderna. Desenvolvendo esta estratégia, os provedores de serviço podem entregar exitosamente serviços de vídeo de alta qualidade via streaming, incluindo streaming OTT e meios compartilhados dentro do lar, para os Set-Top-Boxes.

O marco de meios reconhece os formatos, extrai tracks de áudio e vídeo do container, e alimenta os streams elementares ao decodificador de hardware para assegurar uma sincronização de áudio/vídeo confiável.

Para os jogadores que atendem a vários serviços, tais como streaming HTTP, HBBTV, e streaming HLS, um marco de meios unificado permite aos provedores de serviço melhorar seu serviço de DTV tradicional com um conteúdo OTT melhorado. Utilizando tecnologias como HLS, os provedores podem fazer stream de conteúdo sobre redes IP, não manejadas, e adaptar a velocidade de bits ao largo de banda dos usuários finais. Ao adaptar a velocidade de bits em tempo real, os provedores de serviço podem entregar a melhor qualidade possível baseada no largo de banda disponível. Uma desvantagem, no entanto, é que devem criar e manejar exitosamente uma variedade de conteúdo em diferentes perfis. Ademais, precisa-se um mecanismo inteligente para evitar os irritantes efeitos de alternância. Aproveitando um único algoritmo de explosão delta, os provedores de serviço podem medir efetivamente o largo de banda de Internet e adaptar a velocidade de bits, se é requerido, ou determinar se um perfil fixo é apropriado em casos onde a adaptação da velocidade de bits não é necessária.

Através do marco de meios unificado, o operador de meios pode decodificar áudio e vídeo. As imagens podem ser despregadas em arquivos PNG, GIF, JPEG, TIFF e BMP, enquanto áudio e vídeo apoiam-se em qualquer das combinações de containers e codecs listadas na Tabela 1. Para assegurar uma experiência superior de áudio, o marco de meios unificado admite formatos de áudio tais como FLAC e ALAC. Os arquivos de áudio codificados podem ser decodificados em uma resolução de até 24-bits com uma frequência de amostragem de até 192 kHz para saída estérea de alta qualidade, além da otimização da experiência do usuário final.

Enquanto a tecnologia continue mudando e convertendo-se a cada vez mais complexa tecnicamente, as expectativas do consumidor se incrementarão, voltando crítico que os provedores do serviço adotem uma estratégia efetiva para entregar uma experiência de televisão digital rica e melhorada. Um marco de meios unificado oferece aos provedores de DTV e IPTV uma sólida aproximação para a entrega de uma experiência multimídia incomparável nos set-top-boxes do subscritor, incrementando sua margem competitiva no mercado, satisfação do subscritor e fontes de rendimentos.

Harris Broadcast: Charlie Vogt, novo CEO

Charlie Vogt

Harris Broadcast, pertencente a **The Gores Group**, anunciou a nomeação de **Charlie Vogt** como novo CEO em substituição de **Harris Morris**.

Vogt soma-se a Harris Broadcast depois de nove anos como presidente e CEO em **Genband**, onde liderou uma transformação que incluiu seis aquisições --**Tekelec SSG**, **NextPoint Networks** e a divisão VoIP de **Nortel**--. O executivo conta com 25 anos de experiência no mercado.

'O historial de Charlie levando empresas com tecnologias prometedoras para o seguinte nível volta-o candidato ideal para este posto. Sua decisão de se unir a Harris Broadcast como presidente e CEO reflete o potencial de sua tecnologia, clientes e empregados. Charlie contribuirá visão, liderança, criatividade e disciplina operativa, bem como uma cultura empreendedora, onde o cliente é sempre o primeiro', afirmou **Carl Vogel**, chairman de Harris Broadcast e membro do Conselho de **Dish Network**.

Sindvel: apoiando a indústria brasileira

Daniela Saccardo

Daniela Saccardo, gerente PS da **Sindvel**, em fala com Prensario destacou o Projeto Setorial Eletroeletrônicos Brasil e as ações que desenvolvem para as empresas de Broadcast em parceria com a Apex-Brasil, Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos.

'Temos hoje 20 empresas de equipamentos para radiodifusão dos Estados de São Paulo e Minas Gerais e do Distrito Federal. As ações que realizamos nos levam a assistir e apoiar a indústria nas feiras internacionais como: Caper – Argentina; NAB – Las Vegas; IBC – Holanda; e participamos o ano passado da Feira Tecnotelevision – Colombia; e organizamos a Rodada de Negócios entre estas empresas brasileiras e potenciais compradores estrangeiros durante a Feira Broadcast & Cable, em São Paulo'.

'Este ano convidaremos 17 compradores dos países: Argentina, Chile, Peru, Costa Rica, Equador, México, Venezuela, Uruguai e Estados Unidos. Organizamos rodadas de negócio no exterior. Este ano fizemos a rodada na Costa Rica, no mês de março'.

Respeito dos resultados Saccardo destaca que: 'O resultado do projeto tem sido muito bom. Grande parte destas empresas não teria condições de participar de todos estes eventos se não houvesse o apoio do projeto. Continuamos utilizando estas ações para a divulgação do padrão brasileiro de TV Digital, mas hoje temos muitas empresas já vendendo seus produtos para diversos países'.

'Em 2012 vendemos para Argentina, México, Paraguai, Peru, Venezuela, Uruguai, Estados Unidos, Republica Dominicana, Cingapura, Austrália, Chile e outros. Em 2013 estamos vendendo para Venezuela, Paraguai, México, Argentina e outros. O valor das exportações destas empresas está em torno dos US$ 16 milhões. Em 2013 este valor já está em US$ 8,5 milhões'.

Serviços comerciais na rede: Gateways DOCSIS e óticos

Por David Atman, presidente da Lindsay Broadband

A indústria do cabo demonstrou sua capacidade de servir à comunidade empresarial através de suas redes híbridas (HFC). Os *gateways* montados DOCSIS e óticos são ferramentas confiáveis e rentáveis para os MSOs que permitem aproveitar ao máximo sua capacidade e multiplicar o número de oportunidades para ganhar participação de mercado.

Os serviços coorporativos estão se expandindo rapidamente. No ano passado, a **Comcast** aumentou seu faturamento comercial a 1,8 bilhão de dólares, 40% mais que em 2011. No Cable Show deste ano em Boston, o Dr. **Judy Reed Smith**, fundador da **Atlantic ACM**, disse que os operadores a cabo dos Estados Unidos aumentaram sua participação de mercado das telecomunicações (um negócio de 40 bilhões de dólares) em 24% em relação ao ano passado, o que representa hoje cerca de 10% do total.

A participação de mercado de teles dos operadores a cabo poderia duplicar até o ano 2017, de acordo com **Reed Smith**. Como carro-chefe deste crescimento existe uma proposta de valor que inclui a proximidade dos mercados, a eficiência operativa e uma carteira de tecnologias maduras. Segundo estimativas, a planta ao ar livre da indústria, se encontra dentro de 2,4 quilômetros de 80% de todos os negócios dos Estados Unidos. Os MSOs podem rapidamente e sem muito esforço servir os segmentos coorporativos do mercado mediante o uso de componentes óticos, sem fio e DOCSIS graças a sua facilidade de acesso.

A Lindsay Broadband oferece aos MSOs diferentes maneiras de chegar a novos clientes com os *gateways* reforçados, tanto DOCSIS quanto óticos. Em combinação com equipamentos extras à rede ao ar livre, tais como câmeras IP de tráfego e de segurança, pontos de acesso, as células pico para celulares, entre outros. Estes *gateways* HFC-alimentados permitem aos MSOs prestar serviços de valor agregado em uma ampla variedade de ambientes, incluindo centros comerciais, estações de combustíveis, parques industriais, rampas de carga, zonas públicas, estacionamentos, entradas de lojas, entre milhares de outras aplicações.

Estas implementações aproveitam ao máximo a planta externa. Um CMTS (*Cable Modem Termination System*), compatível com a infraestrutura montada que suporte DOCSIS, junto com um equipamento de cabeceira ótico como o oferecido pela Lindsay, junto a um media converter baseado em SFP, deve ser complementado com os *gateways* óticos. O suporte extra pode vir de *switchers ethernet* baseados em tecnologia IP que dentro de uma WAN permitem fazer a gestão da infraestrutura instalada mediante um sistema de back office.

Os seguintes casos colocam mais luz sobre como as portas de links óticos e DOCSIS combinadas com outras tecnologias podem ser implementadas em aplicações reais em um tempo não muito superior a uma hora:

Aplicações ponto a ponto. Quase todos os negócios são beneficiados com a conectividade com Internet. Em combinação com um sistema de rádio sem fio de 5.8GHz, o S*trand Mounted DOCSIS and Optical Gateway* da Lindsay permite oferecer serviços de transmissão de dados de alta qualidade e velocidade aos clientes que se encontram até quatro quilômetros da rede HFC.

Monitoramento de segurança: Desde impedir um roubo até garantir a segurança pública, as câmeras de segurança desempenham um papel vital. Neste caso, as portas de link DOCSIS e óticos se combinam com uma câmera de segurança IP, para oferecer sistemas de supervisão remota de instalações de negócios ou em espaços públicos. A câmera permite, a 30 quadros por segundo, gravar eventos, oferecer informações estatísticas e obter capacidades analíticas avançadas.

Aplicações ponto a multiponto: A proliferação de dispositivos habilitados para oferecer wi-fi impulsionou a demanda de acesso sem fio. Mediante a combinação das portas de link com os sistemas de rádio wi-fi, os operadores oferecem às empresas os meios para satisfazer as expectativas dos seus clientes. Ideal para implementações em centros comerciais que devem prestar serviços a muitos clientes a partir de um único dispositivo com a segurança de oferecer um SSID único por CPE.

Câmera de Tráfego Backhaul: Os municípios e as forças de segurança do mundo todo estão ampliando sua presença nas ruas com as câmeras de monitoramento que permitem remotamente, garantir a segurança pública, com a simples instalação de câmeras de tráfego nos cruzamentos. Os operadores a cabo têm agora a possibilidade de gerar um negócio lucrativo fornecendo o *backhaul* para as câmeras de vigilância. Gateways com até quatro portos GigE 48VDC PoE oferecem a potência e a comunicação perfeita para criar uma conexão com a cadeia de HFC.

Strand EMTA Gateways: um caso de sucesso com muito bem ROI pode ser o de proporcionar serviços telefônicos, assim como de dados, a partir da rede HFC chegando a até quatro clientes corporativos, a partir de somente um dispositivo e mantendo o controle do equipamento. Este tipo de aplicação é ideal para parques industriais ou para aqueles clientes que não dispõem do espaço físico para instalar seu próprio equipamento ou não dispõem de salas comuns de comunicações ou simplemente não deseam instalar estes equipamentos dentro de seus edifícios por outras razões.

Arquiteturas celulares distribuídas: As torres celulares estão se transformando em arquiteturas impossíveis de serem construídas hoje em dia. Por questões de custo ou disponibilidade física, a crescente demanda de dados móveis é muito difícil de ser alimentada com as torres de hoje. A Lindsay possui uma solução acessível hoje que permite aos operadores a cabo transformar-se em provedores de serviços de dados para as companhias de telefonia celular, mediante a utilização de tecnologias de pico celdas celulares. Os MSO estão diminuindo consideraverlmente o custo de implementação, aumentando muito a largura de banda disponível para serviços de dados móveis. A Lindsay Gateway proporciona um método rentável para os operadores a cabo para ser o *backhaul* das teles, oferecendo tráfego celular, LTE, 4G e 3G em sua rede HFC, genrando uma grande corrente de novas receitas.

Conax: *Xtend Multiscreen* na Cablemás

Grande evolução multiplataforma do provedor

Rohit Mehra está há um ano no comando da **Conax** para a América Latina, com sua nova equipe de pré-vendas e business support. Em pouco tempo conseguiu projetos muito importantes, com clientes como o **Columbus Group** do Caribe e a **Cablemás**, a segunda operadora a cabo do México. Trata-se de um serviço completo que permite trabalhar com os novos serviços de OTT, Catch Up, TV ao vivo, PVR ou VOD dos clientes.

A Cablemás reforçou sua expansão de VOD com o *Conax Xtend Multiscreen* para seus novos serviços multitela avançados e seguros. Isso permitirá acrescentar mais conteúdo de VOD aos mercados residencial e hoteleiro.

Rohit afirmou à Prensario que nesse ano a Conax deixou de ser um provedor de CAS em DVB, para se tornar um provedor de soluções focadas na segurança múltiplo task e multi-plataforma. As STB híbridas são fornecidas pela **Evolution**.

O próximo passo é ver como toda esta experiência será transferida com a Cablemás e o Columbus Group no mercado regional. A Conax tem ainda bons negócios com a **Claro**, com quem vem construindo novos projetos e ideias para sua plataforma. Também são clientes a **Cablevisión** Argentina e mais recentemente a **Tigo** no Paraguai.

Enzio Sánchez, Conax; Claudio Zylberman da Embratel Claro Brasil, e Bruno Bellantuono, Conax

MaxLinear: preocupação cresce na indústria de TV Digital sobre interferência 4G/LTE

Expertise e conduz estudos para solucionar o problema

Com planos para o desligamento da TV analógica no Brasil em pleno andamento e a introdução do novo padrão 4G/LTE (Long Term Evolution) de telefonia celular, surge hoje uma preocupação na comunidade de TV digital brasileira em relação ao potencial de interferencia do sinal 4G na recepção da TV digital.

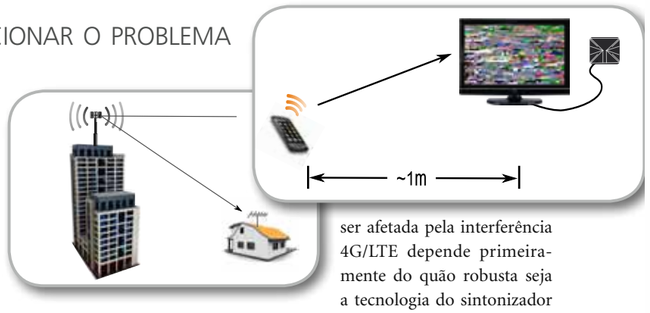
Tanto a TV Digital quanto a tecnologia 4G/LTE trazem grandes benefícios para os consumidores. a TV digital traz uma experiência audiovisual muito mais rica e nítida, como também a oportunidade para implementação de serviços interativos, como o Pay-Per-View (PPV). O 4G/LTE, por sua vez, traz um aumento significativo na capacidade e velocidade de transmissão de dados móveis, melhorando a experiência do seu smartphone ou tablet.

As expectativas são grandes, porém cresce também a preocupação com a possibilidade de interferência 4G/LTE em TVs digitais e set-top-boxes por todo o Brasil.

Qual a consequência dessas interferências para o usuário final?

Em certos casos, o usuário da TV digital ou set-top-box pode observar degradação da imagem, interrupções no som, e no pior dos casos, perda total do sinal.

Como o plano de frequências no Brasil ainda não está totalmente definido, não há como saber ao certo como as duas tecnologias irão, de fato, interagir e qual a melhor forma de resolver o problema.



Aqui estão alguns pontos importantes que você precisa saber para se preparar.

1.O Brasil deverá adotar o plano de frequências LTE da Asia-Pacific Telecommunity (APT) de 700MHz

- Uplink (telefone celular) transmissão utilizando a faixa de 703-748MHz

- Downlink (estação radiobase) transmissão utilizando a faixa de 758-803MHz

2.A banda de frequência da TV digital brasileira (174 MHz a 698 MHz) é adjacente à faixa de 700 MHz alocada para o 4G/LTE, que está prevista para ser leiloada em 2014.

3.Interferências podem vir tanto do LTE uplink (telefone celular) e downlink (estação radiobase).

4.As chances da TV digital ou set-top box ser afetada pela interferência 4G/LTE depende primeiramente do quão robusta seja a tecnologia do sintonizador (tuner) para rejeitar os sinais de interferência indesejáveis. Em um segundo plano, o tamanho da banda de guarda e o uso de filtros também são fatores a considerar.

5.Um filtro LTE pode ser utilizado para ajudar mitigar o problema, mas como acontece no Japão, essa opção poderá adicionar custos muito altos.

A solução comprovada mais simples e eficaz para rejeitar interferência 4G/LTE é a utilização de um tuner de televisão digital, que possui uma boa relação de proteção de sinal desejado/indesejado (conhecido como D/U Protection Ratio).

Quando se trata de imunidade à interferência LTE, a MaxLinear é autoridade no assunto e líder mundial em vendas de tuners no padrão ISDB-T com melhor desempenho no mercado quanto à imunidade de interferência do sinal 4G/LTE.

COSHIP

Head-end P8300 Series

Coship P8300 series are the new generation professional Head-end equipments including Encoder, Decoder and Transcoder. These products can be tailored to meet the needs of individual operator for a variety of applications.

- Multiple AV Inputs: HDMI, YPbPr, CVBS, AES/EBU, XLR, etc.
- HD-SDI (SMPTE 292M) and SD-SDI (SMPTE 259M-C) Compatible
- ASI, MPEGoIP Transmission Output Supported
- Web Server, Web-management, LCD Display Embedded
- Two CAM Card Slots, EN50221 Standard Compliant

See us at:

ANGACOM Booth NO. : T38, Hall 10.1

BroadcastAsia2013 Booth NO. : 5G6-02

ABTA 2013 Booth NO. : G15

ib 2013 Booth NO. : 1. A32

Shenzhen COSHIP Electronics CO., LTD.

Address: Rainbow Bldg.,North , Hi-tech Industrial Park, Nanshan District,Shenzhen, P.R.China.518057

Tel: +86-755-2699 9288 Fax: +86-755-2672 2666 Email: sales@coship.com www.coship.com SZSE Stock Code:002052

Gospell: seus 20 anos

Joao Wadt, da Eletronica Wadt

Gospell tem celebrado o aniversário de seus 20 anos, como empresa de faixa superior da indústria Chinesa de DTV, Gospell e seus 6000 empregados sempre estão centrando em inovação e desenvolvimento de satisfação dos clientes. 'A gente começou nossa carreira em latin americano há 10 anos', destacou **Tim Zhou**, regional manager para Latino America. 'Nosso objetivo aqui é muito singelo: Compartilhando as frutas de desenvolvimento com nossos sócios nossos clientes e todas as pessoas em Latino America'.

Perguntado sobre as vantagens de Gospell em frente à concorrência, Tim Zhou assinalou: 'As soluções *Turn Key* para DTV da Gospell são desenhada e produzida integramente pela companhia. Temos abundância de experiências em instalação de sistema e suporte técnico, temos uma estratégia de negócio flexível. E nos destacamos pelo serviço local e os sócios leais cobrem o Latino América inteira'.

Joao Wadt, da **Eletronica Wadt**, destaca: 'A Wadt possui mais de 65 anos de idade, sempre focado no ramo de distribuição de sinal de TV. Fomos pioneiros na montagem de TV a cabo. Somos conhecidos no mercado pela qualidade dos produtos e suporte'.

'Escolhemos a Gospell como parceiro a mais de cinco anos, pela confiança na qualidade de produtos. Juntos temos a solução completa para TV a cabo do analógico ao digital e IP. Hoje, nossos equipamentos analógicos estão presentes nas principais TVs a cabo e broadcast do Brasil, já comercializamos mais de 100.000 moduladores analógicos e os produtos Gospell/WADT digital estão presentes em mais de 15 empresas de TV a cabo e estamos em negociação com outras 20 empresas que receberam o SeAC recentemente'.

'Focamos sempre no cliente, atendendo as necessidades locais, atendendo caso a caso, oferecendo a melhor solução para a realidade brasileira. Temos atendimento local em português através de ligação gratuita (0800) para todo o Brasil, contamos com estoque local para pronta reposição'.

Tim Zhou, regional manager para Latino America

'Somos fabricantes de toda a linha de equipamentos para TV a cabo, IP, CAS e Set-Top-Box, dessa forma garantimos a solução completa integrada e funcional, com suporte, reposição e garantia local'.

Para este ano a expectativa é: 'Atender da melhor forma os novos clientes que estão na espera das outorgas SeAC, e demonstrar a robustez e qualidade dos nosso produtos'

Viaccess-Orca leva a ABTA suas soluções para eficácia em segurança

Viaccess-Orca apresentará em ABTA 2013 toda sua faixa de soluções para operadores e programadores de TV por assinatura do mercado latino americano, onde a marca aposta a um maior crescimento dando suporte às iniciativas de digitalização do cabo. Ademais, acompanha o desenvolvimento da TV Everywhere, que se baseia na evolução da banda larga e móvel na região.

As soluções End-To-End de VO vão desde *Embedded CAS* combinados com o middleware HbbTV, até plataformas avançadas de *TV Everywhere*, que permitirão aos provedores ter um maior arraigo dos clientes. A marca demonstrará suas soluções de CAS, TV Everywhere, DEEP e soluções Compass Content Discovery.

A tecnologia para *Broadcast Embedded Conditional Access System* (CAS) permite assegurar um alto standard na proteção de conteúdo através de uma solução de custo efetivo, que simplifica a digitalização dos serviços Broadcast enquanto protege os ganhos do operador incrementando o ARPU. Suporta de milhares a milhões de assinantes, adaptando às necessidades de crescimento.

Por sua vez, a solução *TV Everywhere* (TVE) ajuda a satisfazer a demanda de crescimento para conteúdo *premium* em qualquer tela. Os provedores de conteúdo podem entregar uma experiência de usuário personalizada e segura, incluindo conteúdo ao vivo, VOD e *Catch-Up* através de qualquer rede.

A solução *Compass Content Discovery* confia em algoritmos sofisticados e envia aos usuários recomendações personalizadas, permitindo entregar um conteúdo adequado aos interesses específicos. Finalmente, o DEEP (*Data Engagement and Enrichment Platform*) é uma aplicação de segunda tela que permite uma busca entre milhares de revistas digitais criadas automaticamente sobre filmes, shows de TV, atores e temas.

No ano passado, Viaccess-Orca desenvolveu uma plataforma *IPTV/OTT* para **Orange Group** em Europa, que lançou o serviço *A nouvelle TV d'Orange*, enquanto **Orange Polska** lançou *Orange TV* com a mesma tecnologia. Agora, a filial de Romênia lança o serviço *Orange TV* e traz a TV a um novo standard, fazendo disponível para todas as telas, com mais de 40 sinais HD e tecnologia de avançada que emprega o CAS.

A marca tem grande interesse em Latino América, onde a pirataria em TV paga atinge 11 milhões de lares nos sete principais mercados da região, incluindo México, de acordo ao último reporte de **Dataxis**. Esta cifra representa o 27.4% do total dos lares com TV paga nestes mercados.

Neste contexto, as soluções de Viaccess-Orca incorporam a experiência de 20 anos em garantia de conteúdo *Premium* através de amplas redes de distribuição e luta efetiva contra a pirataria. VO também tem desenhado serviços de segurança para os principais mercados de TV paga, apontando às formas mais sofisticadas de pirataria, tais como assinaturas compartilhadas com operações de segurança em tempo real.

Em 1953, Lindsay criou
TOUGH TECHNOLOGY

Lindsay Broadband tem desenhado e fabricado soluções para produtos de comunicação por sessenta anos.

Nossa tecnologia Tough está desenhada e construída para suportar todo tipo de elementos que podem ser lançado. Suportam desde -40 graus a 60 graus. Resistentes à água até 15 PSI, protegida contra sobre tensões e imunes aos EMI. Investimentos sólidos que resistem o passo do tempo.

Soluções ópticas incluindo FTTx equipamento passivo e ativo tanto para a planta exterior e as implementações MDU.

LBON200

LBVM900

SFP

288 Enclosure

Wireless Solutions incluem HFC Hotspots reforçados, serviços empresariais inalámbricos multiponto e ponto a ponto, LTE backhaul Gateways e correntes montadas EMTA

SMHAP

LBOG1004

Wireless Repeater

Soluções de RF inclui amplificadores MDU e nós ópticos, amplificadores de linha de abonado, passivos e Multitaps

LBLE100A

LRSA008S

LHA35RM

100 Series Passive

Contate-nos ao +1 (705) 742 1350
www.lindsaybroadbandinc.com

Verimatrix: segurança de conteúdo sem cartão: a escolha mais inteligente para redes híbridas

A Internet mudou de maneira irreversível onde, quando e como os espectadores querem experimentar seu conteúdo. A indústria da TV paga, em uma perspectiva global, está se transformando para manter-se no compasso desta evolução. As operadoras compreendem claramente que a época da simples transmissão de um leque linear de conteúdo ao vivo para set-top boxes (STBs) gerenciados está passando.

Este artigo discute os desafios de segurança que as operadoras encaram ao adotar arquiteturas multi-redes para implementar os serviços de conteúdo de última geração TV Everywhere. Ele também oferece boas práticas no planejamento de arquitetura de segurança para soluções de vídeo. Enquanto a complexidade deste problema pode parecer insuperável, existem avanços tecnológicos que trazem implantações multi-redes eficientes e expansíveis ao alcance das operadoras de TV paga. Soluções de acesso condicional (CA) sem cartão são particularmente vantajosas para prover segurança efetiva e econômica para as necessidades de proteção de conteúdo de hoje e de amanhã.

O conteúdo da TV paga é tradicionalmente distribuído como um leque de canais transmitido por uma rede unidirecional. Apesar deste modelo de distribuição linear ainda constituir o pilar atual da TV paga mundial, isso está mudando rapidamente. A IPTV ou TV de operadoras telecom foi a primeira a implementar redes bidirecionais para distribuição de TV paga, mas a transmissão a cabo está cada vez mais sendo convertida à tecnologia baseada em IP, e OTT (over-the top) está ganhando importância como um complemento para serviços DTH (direct--to-home) **via** cabo e satélite. Esta migração é motivada pelas novas oportunidades de rendimento com aplicativos interativos, como vídeo on-demand, pay-per-view e gravação de vídeo digital (DVR). Outros fatores são o aumento da competitividade entre provedores de TV paga, as tendências crescentes de migração para o pacote básico de canais ou o cancelamento do serviço e o aumento de demanda por acesso a conteúdo a qualquer hora, em qualquer lugar e em qualquer dispositivo.

Dito isso, entregar experiências multi-telas atraentes de forma lucrativa continua sendo um problema pendente no setor. Entre os desafios principais que as operadoras de serviço de TV paga, incluindo telecoms, operadoras de sistemas múltiplos e provedores de serviço via satélite enfrentam hoje, estão:

Bo Ferm, Director Product Marketing, Verimatrix

Expansividade: A maior parte da infra--estrutura da TV paga hoje é formada por uma combinação de redes unidirecionais antigas e redes bidirecionais atualizadas. Da mesma forma as bases de assinantes tem um misto de equipamentos controlados nas instalações do cliente (CPE), como set-top-boxes (STBs) antigos com ou sem recursos de gravação e interatividade, e equipamentos atuais, como STBs híbridos e gateways de vídeo. Os upgrades para redes e CPEs modernos continuam, mas são graduais e portanto os provedores de serviço precisarão ter suporte para várias tecnologias e dispositivos no futuro próximo. Adicione a esta mistura uma quantidade crescente de dispositivos não-controlados, como tablets, smart TVs, consoles de jogos e smart phones que estão recebendo conteúdo linear e on-demand. Estima-se que só em 2012 foram vendidos quase 1 bilhão de aparelhos de vídeo, número que deve triplicar até 2017. Cada modelo possui suas próprias características de suporte de resolução, formato e gerenciamento nativo de direitos digitais (DRM), que devem ser devidamente levados em conta ao receber conteúdo linear e on-demand. Garantir que os componentes de entrega de serviços como segurança, serviços de gerenciamento de assinantes (SMS) e rastreamento de uso do telespectador (análise de dados) atenda cada um destes caminhos de consumo de conteúdo e sejam bem processados numa variedade de redes, dispositivos e tipos de conteúdo usados

VCAS Single Security Authority

Promptlink communications

Plataforma de provas em massa para cable modems e EMTAs

- Banco automático para provas e diagnóstico em lotes de até 48 modems ou EMTAs
- Suporta todas as marcas e modelos de equipes
- Prova todas as versões DOCSIS, até 3.0
- Atualiza automaticamente o firmware das equipes
- Efetua provas completas de telefonia nos EMTAs, incluindo qualidade de linha
- Permite uma operação rápida e singela por pessoal não técnico
- Possui um completo módulo de reporte com possibilidade de exportar resultados
- Aperfeiçoa a logística inversa, aumentando a produtividade e fiabilidade das provas.

Cable Modem Test Platform

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

Soluções para dados, voz e vídeo sobre cabo

Verimatrix: segurança de conteúdo sem cartão: a escolha mais inteligente para redes híbridas

hoje é um grande desafio para os provedores de serviço. Este problema é ainda maior para provedores de serviço que estão alavancando diferentes silos de soluções de segurança de conteúdo para diversas tecnologias de aplicativos e redes.

Rentabilidade e Lucratividade: Implantar conteúdo nos modelos de negócio atuais para uma vasta gama de dispositivos eletrônicos com uma experiência de alta qualidade, mantendo ao mesmo tempo a rentabilidade é o segundo maior desafio enfrentado hoje por provedores de serviço. A lucratividade é outro fator somado a este desafio; a forte competição entre IPTV, cabo e provedores DTH, tanto em mercados saturados como emergentes, pressiona enormemente os custos de assinatura, limitando a receita média por usuário (ARPU). Ao mesmo tempo, a liquidez global e os níveis de gastos do usuário se mantêm limitados, o que por sua vez restringe o apetite das operadoras por investimento em bens de capital (CAPEX) em novos upgrades. Apesar disso, para se manterem competitivas e minimizar o churn, as operadoras precisam continuar atualizando suas redes e aparelhos controlados. Minimizar o custo de novos CPEs (como os STBs híbridos) por meio de escolhas de designs inteligentes permite que as operadoras mantenham-se competitivas enquanto controlam os custos.

Segurança: Ao mesmo tempo em que funcionalidade em abundância é a chave para garantir a fidelidade do cliente, proteger a receita de conteúdo e serviços contra pirataria é um imperativo comercial. Por um lado, a pressão competitiva e a demanda do usuário tornam necessário distribuir conteúdo premium, como filmes recém-lançados em alta resolução, tanto para STBs controlados como para dispositivos não controlados (que só raramente suportam o sistema de acesso condicional). Equilibrar a necessidade de fornecer uma experiência consistente ao usuário em todas as redes e dispositivos e obter a mesma uniformidade na proteção contra pirataria de todas essas redes e dispositivos é o terceiro principal desafio para as operadoras hoje. Vencer este desafio é essencial em duas frentes: em primeiro lugar, como um pré-requisito para que os proprietários de conteúdo cedam às operadoras os direitos de distribuição de seus produtos em todas as telas, e em segundo, para fortalecer o modelo de negócios de distribuição, minimizando assim a perda de receita.

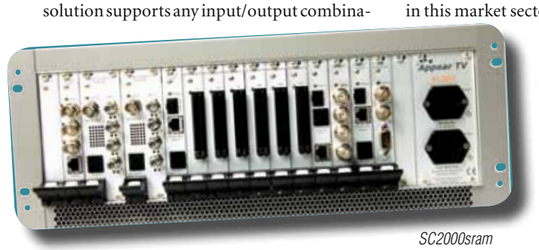
Em meio ao turbilhão de novos dispositivos, formatos de conteúdo e modelos de negócio, é fácil para as operadoras concentrarem-se em ligar os pontos da transmissão de forma tática ao invés de privilegiar uma visão de longo prazo focada na abrangente experiência de usuário e em decisões de arquitetura estrategicamente prudentes. A medida que serviços OTT e baseados em IP, gerenciados e não gerenciados, perdem o status de crianças negligenciadas e tornam-se cidadãos de primeira classe junto a serviços do leque tradicional, muitas operadoras são desafiadas pelas complexidades tecnológicas de implantar experiências de conteúdo que sejam ininterruptas, transparentes e ao mesmo tempo seguras em uma gama de redes e dispositivos.

Appear TV tackles South American Headend Challenges

By Sergio Renteria, International Sales Manager, Appear TV

As with the entire international broadcast community, broadcasters based in South America are continually faced with new technological challenges. Part of the continued transition from SD to HD programming requires broadcasters to not only produce and distribute content in HD, they are now also faced with how to further deliver this content in a multi-platform environment. Current programming must satisfy a variety of new formats including iPhone- or iPad-type smart devices as well as computers and smart HD televisions equipped to receive content via the Web, fiber, cable, ADSL, FTTH and satellite, in addition to terrestrial broadcasting. Appear TV's modular headend system is one such solution that is equipped to take on these challenges.

Through a comprehensive range of high-quality modules that include chassis mount cards dealing with switching, input, processing, output, decode, encode/transcode and multiscreen functions, we have made it our mission at Appear TV to deliver the finest audio/video content through the most flexible, high-density and reliable platform on the market today. Our all-inclusive headend solution supports any input/output combination and any required functionality, including compression, scrambling/descrambling, multiplexing, statmux, decoding, OTT/Multiscreen, on a single platform without any single point of failure.



SC2000sram

These features make **Appear TV**'s solution unique because it puts the entire headend system in one chassis, thereby precluding the need to deploy multiple pieces of gear from different manufacturers with attendant wiring and interfacing problems. Our headend system can also retrofit into any existing system, adding functionality to that system, while allowing for future expansion with minimum impact to the operator.

While we are based in Oslo, Norway, Appear TV's headend equipment has enjoyed a global acceptance with systems deployed in over 90 countries. For the Latin American markets, there are nearly 100 facilities currently using its headend solutions from Argentina to Mexico, mostly centering, at this point, on cable services. As the South American market represents major content producers with worldwide reach, combined with a growing demographic of viewers, the Appear TV headend system is the ideal choice for broadcasters in this market sector that are looking to reach the maximum number of viewing devices in order to satisfy audience needs and remain competitive.

Further, the Appear TV modular headend system is constantly expanding its capabilities through the continued introduction of modules to meet new technological demands and directions. This is an important point for South American broadcasters that are seeking to make sound investments in forward-thinking solutions as new technological challenges continuously arise. For example, in addition to the previously mentioned challenges with the movement from analog to digital productions in the cable segment of this market, the addition of IP distribution, an ever increasing number of HD channels, the range and intricacy of distribution networks, and the need to capitalize on value added services such as OTT and Multiscreen puts a much higher demand on a headend system, while mandating the need for flexible headend architecture.

Appear TV's modular, "future-proof" platform supports all of the complexity of this current media convergence, high density of channels and different networks in one head-end chassis. Our engineering team has designed its equipment to reduce this complexity and to make it easy to operate with the highest content video quality and robustness. We are forecasting further deployments with national operators in TST, satellite and emerging IPTV throughout the South American region. Our unified, one chassis approach offers benefits to these clients in terms of flexibility, simplicity, video quality and robustness. We believe that all of this delivers the highest quality viewing experience to the intended audience, which is always good for the bottom line.

Leader Broadcast: esforços pré e pós venda

Rafael Minaya da **Leader Broadcast**, expressou a Prensario que segue apostando muito aos esforços de pré venda e pós venda com os clientes, e nessa ideia se vêm as viagens ao norte de México nas semanas posteriores à Expo Telemundo, a Colômbia com visitas aos broadcasters mais importantes, além de estar em TecnoTV e que depois tocará Argentina com Caper. Também vai pôr mais ênfase em Centro América para promover suas equipes.

Quanto a vendas, considerou que está 'quase igual que no ano anterior', e que agora vê que está levantando a venda em vários mercados como para tender a superar ao ano passado. Há ademais projetos importantes pendentes que poderiam se concertar dantes de fim de ano.

Rafael Minaya e Masahiro Sawa

Amino: Smart TV, poderiam ser mais eficientes que um decodificador?

Por Joe Coles, diretor de producto e marketing, Amino Communications Inc.

As vendas mundiais de televisores inteligentes estão no auge. De acordo com um relatório recente dos analistas da indústria iSuppli, os televisores inteligentes representaram 27% de todos os envios de televisão no mundo em 2012, e espera-se que supere os 50% em dois anos. À primeira vista, isto parece ser uma má notícia para o set-top box, o dispositivo que a maioria das residências utilizam para ter acesso aos conteúdos premium. As aparências, no entanto, podem enganar.

Os Set-top boxes também estão experimentando seu auge particular. Os modelos cada vez mais potentes, por exemplo, trazem novas características muito populares no mercado. Os operadores que usam novos dispositivos sofisticados tem experimentado um forte crescimento, já que os clientes aproveitam a funcionalidade avançada e as novas experiências de entretenimento melhoradas. Apesar de o crescimento dos televisores inteligentes e set-top boxes parecer se contradizer entre si, conciliar as duas tendências não é tão difícil como poderia parecer. O segredo é entender o que exatamente está impulsionando as vendas de televisores inteligentes em primeiro lugar.

Os consumidores estão comprando televisores inteligentes em um número crescente, mas parecem ignorar em sua maioria as características "inteligentes" que estão pagando. De acordo com uma pesquisa recente, 76% dos consumidores comprou televisores inteligentes, simplesmente porque queriam o último modelo ou para substituir um conjuntor quebrado. Os fabricantes estão "amarrando" a tecnologia inteligente aos seus novos modelos, mas o que vem alavancando as vendas são as telas maiores, mais finas e com uma melhor qualidade de imagem, não a conectividade online. Apesar da alta assimilação, somente 6% das residências no Reino Unido preferem utilizar televisores inteligentes sobre outros dispositivos para ter acesso a conteúdos online.

Os televisores inteligentes oferecem oportunidades para as operadoras de televisão, e também criam graves problemas. Plataformas tecnológicas muito diferentes significam que a entrega de conteúdos é uma opção cara, já que: cada modelo exige um aplicativo levemente diferente para funcionar corretamente. Inclusive depois que os aplicativos foram construídos, a gestão da qualidade e a consistência da experiência da televisão também é um grave problema.

Ao agir como uma interface entre a rede de distribuição da operadora e a televisão - inteligente ou não – a "caixa" garante que os conteúdos sejam entregues com uma qualidade e uma experiência de usuário consistente. O tipo de televisão (smart ou não) dos consumidores não é um fator.

Os decodificadores são também cada vez mais "inteligentes" e na Amino estamos representando um papel de liderança na formação desta nova geração de dispositivos. Processamento de grande alcance com chipsets avançados está ajudando a oferecer um produto cada vez mais sofisticado com funções avançadas, incluindo a visualização em 3D, jogos e aplicativos. O aumento de potência dos computadores está dando às operadoras a oportunidade de ir além do entretenimento completo, e o decodificador logo dará o salto entre ser um dispositivo que simplesmente proporciona conteúdos multimídia para se transformar no eixo de uma nova rede doméstica.

Futuramente, os set-top boxes distribuirão conteúdos nas residências para múltiplos dispositivos conectados, armazenarão fotos e vídeos, oferecerão Wi-Fi e acesso telefônico, e proporcionarão uma plataforma para a automatização dos lares. Em pouco tempo, os consumidores poderão programar o aquecimento central, ver as fotos das férias, estabelecerão os alarmes e verão o último capítulo da novela popular, tudo através do mesmo equipamento e todos dentro da mesma rede doméstica.

Os consumidores querem comodidade, serviço confiável e acesso às últimas e melhores experiências de entretenimento - algo que os decodificadores sempre entregaram. Em breve, os set-top boxes vão fazer muito mais, e os consumidores serão beneficiados com a mesma comodidade e confiabilidade em toda a sua casa. Os televisores inteligentes logo poderão constatar que os STB ficaram muito mais eficientes.

MULTI-NETWORK REVENUE SECURITY FOR PAY-TV

Visit us at
ABTA 2013
August 6-8 • São Paulo
Booth # I-21
www.verimatrix.com

verimatrix®
Beyond Content Protection to Revenue Security™

Mural de fotos ABTA & SET 2013

Claro TV: Alessandro Silva, gerente de Qualidade, Claudio Zylberman, diretor de Engenharia e Tecnologia, Antonio Joao Filho, diretor executivo, Graziela Solis, gerente de Promoção y Eeventos, e Igor Chambon, gerente de Tecnologias e CAS

Fernando Ramos, diretor geral da G2C; José Félix, presidente da Net e Rossana Fontenele, diretora de Organizações Globo

Mauricio Paletta, diretor geral Playboy do Brasil; Fernando Magalhães, diretor de programação de Net; e Antonio Barreto, CEO da DLA

Marcus Gava, diretor adjunto de vídeo e novos produtos, e Osvaldo Carrijo, diretor comercial Varejo Algar Telecom (extremos) com Vanderlei Rigatieri Jr., CEO da WDC Networks

Grupo Bandeirantes de Comunicação: Silvia Saad Jafet, diretor de Marketing e Relações com Afiliados, Paulo Saad Jafet, VP de canais por assinatura, e Humberto Candil, diretor geral de Canal Band News

Paulo Saad, VP de canais por assinatura da Band; Mario Damante; Fernando Magalhães, diretor de programação da NET; Rodrigo Marques, diretor executivo de estratégia e gestão operacional da Band, e Anthony Doyle, VP da Turner Brasil

Jimmy Leroy e Roberto Martha da Viacom Brasil

Marco Dyodi, diretor de fibra da OiTV, e Eduardo Guedes, gerente de marketing de Oi (extremos) com Ane Cristina Varoto, diretora TI e Rodrigo Duclós, CIO da Net

Net, tecnologia: Claudio Borgo, Rodrigo Marques e Marcelo Parraga

Cícero Aragon, CEO da Box Brazil

Rick Fernández, Rodrick Smith e Mo Goyal, de Evertz

Wilson Zeferino, Gordon Tubbs e Adriano Bedoya, da Fujifilm

Daniel Diniz y Kristian Mets, de Net Insight

Rob Gelphman, VP de marketing e relações com membros da MoCA

Luis Piniesky de Orad e seu time na primeira participação em SET 2012

Claudio Loyola y Kay Kalo, de Plura, com Martín Bonato, de Brasvideo

Isaac Hersly, presidente, e Eduardo Mancz, da Vizrt

O time de vendas de Spinner em SET 2012

David e Stella Gelerman, Paul Sandoval e Raul Germano da Advantech

Gio Punzó e Eldad Eitelberg de Live U

ABTA 2013 Stand #E03

Solutions. Products. Services.
End-to-End

Integrators and Solutions Provider for the Telecommunications Industry

Our offerings of technology, services, and products are designed to avail you with internet, broadband, video, and digital voice services.

The WESCO in-country team of dedicated and experienced professionals can provide design, integration, installation, training and support for:

- OTT
- Voice
- Video
- Data
- HFC
- FTTx
- VOD
- IPTV
- Security
- Wi-Fi
- Data Centers

For more information, visit **www.wescobrasil.com.br.**

WESCO®

WESCO DO BRASIL EQUIPAMENTOS ELETRÔNICOS LTDA.

Partnered with World Class Suppliers

MaxCell albis technologies ARRIS MOTOROLA Ruckus ZTE MARATHON ZCorum REDEX WSE

WESCO do Brasil - Continental Square - Rua Olimpiadas, 205 4° Andar São Paulo, SP , Brazil - Tel: +55.11.3728.9200

Intraway
Provisioning Suite

CONOCEMOS LOS DESAFÍOS DE AMÉRICA LATINA

Provisioning y Gestión Integrada de Todos los Servicios

Visítenos hoy mismo en www.intraway.com

Power &Tel®

Telecommunications and CATV Products

Supply Chain Management Experts

People You Can Depend On

eCommerce Solutions

Global Distribution Network

Las grandes marcas que nos respaldan

CATV
Alpha Technologies
Arcom
Arris /Regal /Motorola
ATX Networks
Belden /Thomas & Betts
Cable AML
CISCO /Scientific Atlanta
Gilbert
Harmonics
Holland Electronics
IBBS
iNovo
Lindsay Broadband
Opterna (AM Networks)
Pico Digital
RGB Networks
Steren Electronics
Telelynx
Viewteq
Viking Satcom /CalAmp/Patriot

ELECTRONICS AND TELECOMMUNICATIONS
Adtran
Amino
Comtrend
CXR Larus
Dotix
Enensys
Fujitsu
GarrettCom
Hai-Vision
iNovo
MikroTik
Netgear
Sitelle
Telco Systems
TKH Security
Transition Networks
Ubiquiti

WIRE AND CABLE
AFL
Belden
Corning
General Cable
OCC
Perfect Vision
PPC
Prysmian /Draka
Submarine Cables
Sumitomo
Superior Essex
Times Fiber Communication (TFC)
Vericom

HARDWARE AND MISCELLANEOUS
A.B. Chance
Allied Bolt
Canusa
Central Wire
Dura-Line
HellermannTyton
Louisville Ladder
Maclean Power Systems /Senior
National Strand
Preformed Line Products (PLP)
Starline
Telecrafter Products
USA Band
Werner Ladder
Wire World

OSP AND INFRASTRUCTURE
3M
Alpha Technologies
Argus
Bourns
Channell
Charles Industries
Clearfield
Corning
Electric Motion
Enersys
Erico
Haze Battery
L-Com
Multilink
Newton
Opterna
PLP
Rettal
Siemon
Suttle
TE Connectivity
Telect
TII Network / Porta Systems
Transition Networks

TEST EQUIPMENT AND TOOLS
AFL
Anritsu
Fitel
Fluke
GMP
Greenlee Communications
JDSU
Klein Tools
Lemco Tool Corporation
Ripley
Sumitomo
Sunrise
Trilithic

Power &Tel®

Inventário permanente: uma maneira de mostrar-lhe que trabalhamos onde Você trabalha

+1 901 866 5116 I www.ptsupply.com I export@ptsuppy.com I Your Supply Chain Partner

Preparando o caminho para o novo ecossistema da Televisão Digital: A hora é Agora!

A ideia de televisão por assinatura está evoluindo em um ritmo acelerado e, nos próximos anos, o setor vai experimentar uma transformação significativa, pois uma nova geração de serviços está ganhando a adesão entre os consumidores. Depois do sucesso da transição do sistema analógico para o digital e da introdução de HDTV, DVD e VOD, os provedores de TV por assinatura já estão consolidadas. Prestando o serviço por meio de redes de satélite, cabo ou IPTV, estão em uma fase importante do desenvolvimento. Agora é preciso enfrentar os novos desafios colocados pelo novo ecossistema de televisão digital que vai além de serviços de televisão para abranger uma verdadeira «experiência de casa conectada». Isto acontece particularmente em mercados como o da América do Sul.

Com a impressionante adoção de dispositivos pelos consumidores, tais como smartphones, tablets e laptops nos mercados ao redor do mundo, combinados com o aumento da disponibilidade de redes de banda larga que suportam a transmissão de vídeo, a «casa conectada» está se tornando rapidamente uma realidade. Como resultado, espera-se que os serviços de TV por assinatura evoluam significativamente nos próximos anos para atender a essa necessidade. Para oferecer aos telespectadores uma experiência de televisão multiscreen que permita conectar-se com o que mais lhes interessa, tanto em meios ou serviços, é preciso estar na frente e ser o centro da estratégia de um provedor de serviços para fornecer valor aos assinantes. Desta forma, pode-se combater a concorrência emergente de serviço Over the Top (OTT) e limitar o churn.

A próxima geração de tecnologias multiscreen, portais, proteção de conteúdo e «nuvem», dos principais fornecedores como **Nagra**, já estão disponíveis para ajudar os provedores de serviço para oferecer novos serviços de sucesso e desenvolver novos modelos de negócios. Aproveitar a infraestrutura existente e implantar novos serviços no dispositivo do cliente, sempre que possível, será uma excelente alternativa para oferecer a última geração de serviços de televisão por assinatura. O objetivo de negócios da operadora é proporcionar aos seus assinantes novas maneiras de acessar, consumir e interagir com o conteúdo, aumentando a satisfação do assinante e o ARPU (Receita Média por Usuário), ao mesmo tempo em que limita os seus investimentos.

Contexto e desafios-chave

Os novos dispositivos conectados à banda larga por meio de Wi-Fi ou redes de telefonia celular 3G (que em breve será acompanhada pelo 4G) está transformando a maneira como os telespectadores se relacionam com o conteúdo audiovisual. As novas telas fornecem meios alternativos para assistir TV (tanto programas ao vivo quanto VOD), e as novas aplicações permitem que os telespectadores interajam de novas formas com o conteúdo, como por exemplo, compartilhar indicações e experiências por meio das redes sociais.

Além disso, smartphones, laptops e tablets são usados cada vez mais junto à TV como uma "segunda tela" ou "de apoio", que enriquecem, melhoram e ampliam a experiência de assistir e, em alguns casos, até mesmo substituem a TV ao torná-la a tela principal. Usada para acessar informações adicionais sobre programas de TV, navegar na EPG (Electronic Program Guide), para encontrar mais conteúdo, ou visto como um controle remoto mais eficiente, esta "segunda tela" está se integrando rapidamente à experiência de assistir televisão, atrair e conectar mais telespectadores para todas as formas de conteúdo.

Também é cada vez mais importante que os dispositivos habilitados para IP sejam ligados entre si dentro de casa. Dispositivos que vão além dos decoders tradicionais, como gateways, podem garantir o acesso e a distribuição de conteúdo e serviços para qualquer dispositivo IP conectado à rede doméstica.

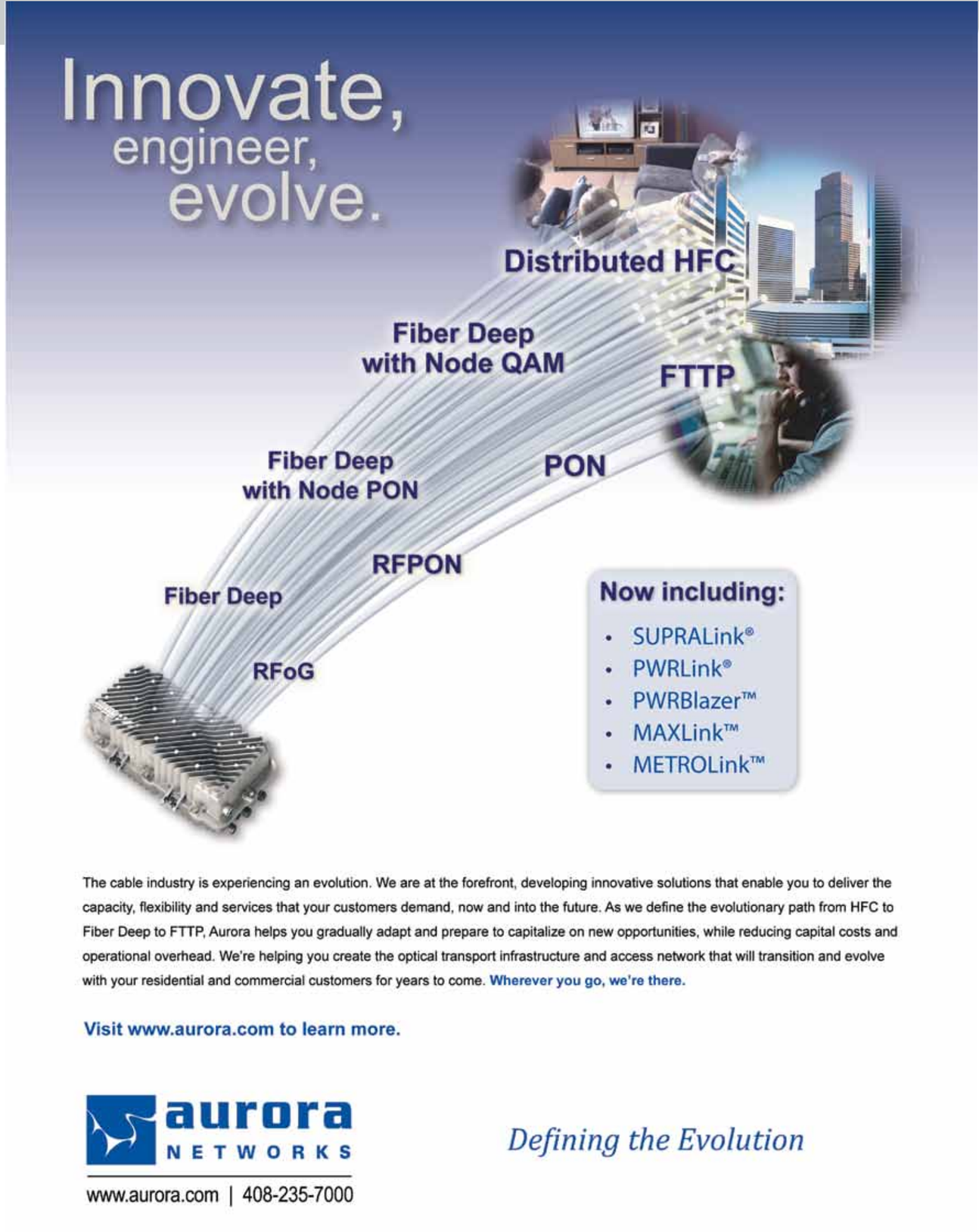
As operadoras de cabo, satélite e IPTV já estabeleceram fortes relações com os seus clientes, o que os coloca em uma boa posição para aproveitar ao máximo os novos serviços. No entanto, para sobreviver e prosperar neste ambiente de mudanças, as operadoras precisam atualizar suas plataformas para equipar e operar o novo ecossistema da televisão, para oferecer aos seus clientes uma visão de conteúdo de alta qualidade em qualquer tela, a qualquer momento e em todo lugar. Os benefícios terão cada vez mais importância na vida de seus clientes. Assim, o aumento de sua satisfação e a ampliação do ARPU para a operadora, por meio de novas fontes de geração de receita, estão disponíveis neste novo ecossistema.

O que Nagra oferece

Para Nagra, a tecnologia que suporta e molda a experiência de assistir televisão no futuro está dentro da plataforma *Nagra MediaLive Multiscreen*. Esta plataforma é uma solução de multiscreen integrada que inclui todos os componentes necessários para trazer a experiência de ver TV ao próximo nível. Oferece aos prestadores de serviço tudo o que precisam para criar uma bem-sucedida oferta multiscreen de televisão de última geração.

Nagra MediaLive Multiscreen foi criada sobre os principais componentes que proporcionam uma base sólida e necessária para oferecer serviços de rede doméstica de última geração. Inclui, também, a última geração de Middleware OpenTV (OpenTV5), a solução DRM da Nagra (Nagra MediaAccess PRM), um reprodutor seguro para dispositivos abertos (Nagra Media Player) e a Plataforma de Serviços MediaLive.

OpenTV5 é a plataforma convergente de



Preparando o caminho para o novo ecossistema da Televisão Digital: A hora é Agora!

mídia de última geração da Nagra, que suporta STBs avançados e gateways domésticos. A ferramenta combina a mais recente tecnologia baseada na web com o know-how de Televisão Digital estabelecida pela Nagra para criar uma plataforma modular, flexível e rica em recursos, com segurança incorporada. Oferece aos Fornecedores de Serviços mais facilidade de criar novas aplicações, implementá-las rapidamente por meio de um "Framework" de cliente HTML5, que proporciona elevados níveis de flexibilidade para a criação de interfaces de usuário e simplifica a criação de múltiplas telas.

'Graças à plataforma OpenTV 5, as operadoras de TV por assinatura podem tornam a nova geração de serviços uma realidade', ressaltou **Thierry Martin**, diretor Regional da Nagra para a América do Sul. 'Esta é a solução que permite aos provedores de serviços preparar sua plataforma para o futuro, enquanto constroem sobre os serviços existentes e impulsionam seus atuais investimentos'.

Os prestadores de serviços também podem aumentar as capacidades de gateway do *OpenTV5* para usar a plataforma *Nagra HomeCruise*. Esta avançada solução pretende não só atender às necessidades dos operadores de fornecer serviços avançados de televisão e transmitir o conteúdo dentro de casa em qualquer dispositivo, mas também, ao longo do tempo, gerenciar os dispositivos domésticos inteligentes com experiências de usuário personalizadas e consistentes. A ferramenta também aborda a crescente necessidade de segurança interna e de controle, e, finalmente, prestará os serviços de automação residencial. Como a primeira implementação do Gateway, o *HomeCruise microGateway* da Nagra permite aos provedores de serviço distribuir canais de streaming ao vivo em um ambiente seguro, por WI-Fi, a uma variedade de dispositivos habilitados para IP dentro do lar, como tablets, smartphones, decodificadores de IP e laptops, sem investimento em infraestrutura por parte da operadora.

Graças a sua capacidade de transcodificação de broadcast IP, os provedores de serviços podem implantar a solução de forma rápida e eficiente, sem que sua infraestrutura de rede seja uma barreira. Nagra acredita que América Latina é uma região com grande potencial para este produto.

'Nossa solução *HomeCruise microGateway* é a plataforma perfeita para ajudar nossos clientes a adotar a visão de "Casa Conectada" de forma rápida e eficiente', acrescentou Martin. 'Isso permite que os telespectadores acessem o conteúdo de transmissão de alta qualidade em uma variedade de dispositivos e praticamente sem custos de rede para o prestador de serviços. É realmente uma solução em que todos saem ganhando'.

Segurança como foco das Soluções

A proteção do conteúdo e a segurança são, sem dúvida, essenciais para o sucesso das ofertas multiscreen, pois são os focos das soluções Nagra. O *Nagra MediaAccess PRM*, a tecnologia DRM do NAGRA para proteger o conteúdo transmitido, fornece o mais alto nível de segurança e é apoiado pelos principais estúdios de Hollywood. Junto à solução NAGRA para dispositivos abertos, o *Nagra Media Player* (NMP) fornece aos provedores de serviços a tecnologia necessária para trazer o melhor conteúdo de televisão para dispositivos portáteis, criando mais oportunidades de participação com seus assinantes. 'Ao utilizar nossa solução de DRM com o *Nagra Media Player*, os operadores podem ser mais importantes na vida de seus assinantes, oferecendo televisão personalizada a toda a família e não apenas na sala de estar'.

Finalmente, a plataforma de serviços *Medialive Nagra* garante fácil gerenciamento de assinantes, usuários, dispositivos e modelos de negócios, bem como a integração de serviços avançados, tais como guias de programas (EPG), busca e recomendação, TV social e publicidade direcionada.

Oferece aos operadores as ferramentas que precisam para gerenciar, proteger e operar (a partir de uma única plataforma) uma ampla gama de serviços de mídia pelas múltiplas redes de distribuição (broadcast, gestão de IP, OTT e móvel), dispositivos (STBs, TVs conectadas, computadores, tablets e celulares) e tipos de conteúdo.

Usando a plataforma de serviços *MediaLive* do Nagra, os operadores podem criar novos fluxos de receitas por meio de modelos de negócios comerciais inovadores e a monetização de novas aplicações. Suporta assinaturas, pay-per-view, pay-per-time, à la carte, compras a partir de eventos, promoções e publicidade direcionada. Para garantir uma experiência consistente ao usuário entre diferentes dispositivos, a plataforma ainda permite que a descoberta e o consumo do conteúdo seja mais fácil e pessoal, o que deve aumentar o aumento de ARPU.

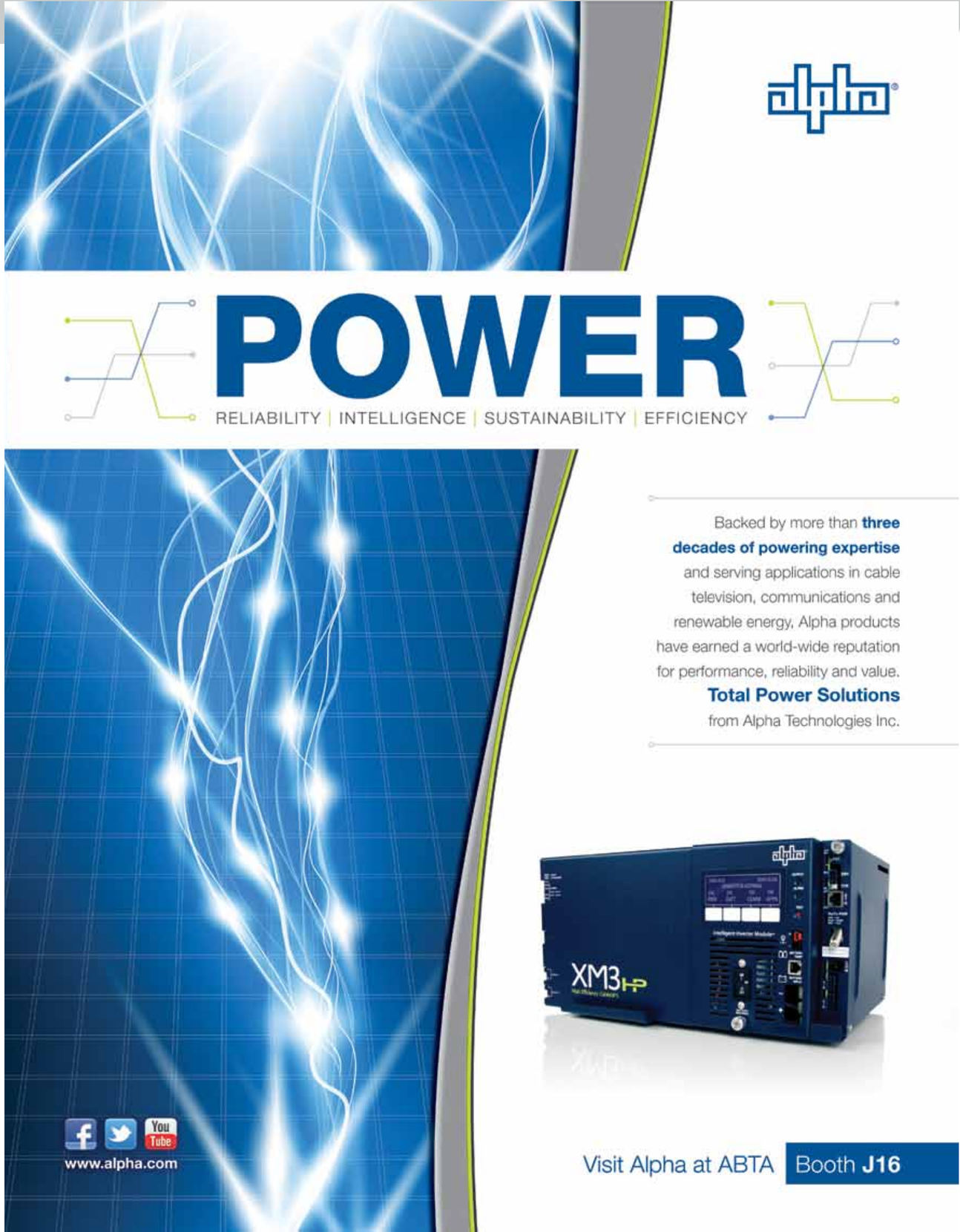
A hora é agora!

A visão para o ecossistema de televisão digital do futuro é aquela em que os telespectadores podem desfrutar do seu conteúdo favorito dentro e fora de casa, em uma ampla gama de dispositivos habilitados para IP, onde a experiência do usuário comum lhes permite mudar de um dispositivo para outro de forma simples (por exemplo, começar a assistir um programa na televisão e, depois, retomar de onde parou em um tablet). É uma visão que vai além dos serviços de televisão tradicionais.

A "casa conectada", incluindo o entretenimento multiscreen, é claramente o futuro da TV por assinatura, e os operadores estão prontos para oferecer todos esses serviços. É preciso fazer isso na hora certa! O aumento de investimentos com base em componentes modulares de tecnologia de última geração para maximizar o potencial de sua infraestrutura existente, permitirá levar os serviços de "casa conectada" e multiscreen ao mercado de forma rápida e com baixo custo.

O uso bem-sucedido dos itens relacionados neste novo ecossistema aumentará a fidelidade do cliente, reduzirá o churn e aumentará o ARPU, conforme sejam acrescentados novos modelos de negócios.

'Nunca foi tão emocionante fazer parte desta indústria', afirma Martin. 'A hora é agora! É o momento para que os provedores de serviços comecem a preparar o terreno para o novo ecossistema da televisão digital e a construir uma plataforma para o futuro'.



La palabra sinergia proviene del griego "synergos". Significa "colaborar conjuntamente" o "trabajar en conjunto".

En Red Intercable, organización que nuclea a más de 220 pymes y alcanza con su plataforma de servicios a más de 500 localidades, distribuidas en 20 provincias del territorio nacional, con redes que cubren más de 610.000 hogares, creemos profundamente en el valor de la sinergia.

Cableoperadores pymes independientes, unidos por objetivos y realidades comunes, sustentados en modernas estructuras de conocimiento e innovación tecnológica trabajamos de manera permanente para consolidar a nuestras empresas como operaciones multiservicio.

Así hemos dado origen a desarrollos exclusivos que en la actualidad contribuyen de manera protagónica en la creación de valor de las empresas asociadas abriendo caminos para incursionar en nuevas prestaciones con competitividad y rentabilidad.

Red Intercable, Pymes, República Argentina.

conexión educativa · dibox · soon · red Intercable

Wire Tech

Fabricante Argentino de cables coaxiles flexibles

Y la más completa línea de equipamiento para:

- Cabezales de CATV, Analógicos y Digitales
- Redes de Fibra Óptica
- Redes Coaxiles y todo su equipamiento
- Instalaciones domiciliarias.
- Internet

BELDEN · ASKA Communication Corp · alpha · MOTOROLA · Prysmian Group · TFC Amphenol · Cablematic

Sucursal Córdoba:
Boulevard Los Granaderos 2722
Córdoba
Tel.: +54 0351 598 0084
wtsucursalcordoba@arnet.com.ar

Casa Central:
Domingo French 831 - Villa Martelli
Pcia. de Buenos Aires
Tel.: +54 11 4709 6650
ventas@wiretechsa.com.ar

Wire Tech International Inc.:
Ventas FOB
vmarcarian@wiretechsa.com.ar
Tel.: +54 11 4709 6650

www.wiretechsa.com.ar

Fórum Brasil de Televisão 2013: boa presença local e internacional, impulsionada pela Lei SeAC

O **Fórum Brasil de Televisão** foi realizado nos dias 4 e 5 de junho em São Paulo, com uma excelente presença de visitantes locais e estrangeiros, que, movidos pela Lei de SeAC, veem com muitas expectativas o mercado audiovisual brasileiro.

Com mais de 500 inscritos, o primeiro dia contou com a participação do presidente e diretor da **Ancine**, **Manoel Rangel**, que fez um resumo do primeiro ano de aplicação da Lei 12.485.

O presidente da Ancine ressaltou que a implementação da lei está sendo bem conduzida e que existe uma grande aceitação e respeito à lei por parte dos empacotadores e programadores nacionais e estrangeiros, apesar de ainda haver um longo caminho a percorrer.

'Neste período, podemos dizer que o primeiro ciclo de implementação da lei foi cumprido, os principais objetivos foram alcançados, e pudemos fazer uma transição suave em direção a um novo modelo. Quase todas as empresas fizeram seus esforços para se transformar e se adaptar à lei. O saldo geral deste período é muito positivo. A obrigação de programar conteúdo brasileiro foi obedecida de forma quase completa, com a incorporação de muito conteúdo brasileiro', ressaltou.

Entre os pontos relevantes desta etapa, Rangel destacou a baixa judicialização e o amplo diálogo gerado a partir da entrada em vigência da Lei.

No segundo painel do primeiro dia, **Carla Alfonso**, da **Zodiak**; **Jacqueline Cantore**, da **Global Civic Media**; **Hugo Janeba**, da **Mixer**; e **Paulo Boccato**, da **Glaz**, falaram sobre o novo cenário para a produção aberta a partir da Lei e como sua implementação impacta no desenvolvimento de projetos de cada um deles.

Janeba, da Mixer, uma das principais produtoras independentes, destacou o trabalho realizado nas produtoras em conjunto com os sinais internacionais com os quais trabalham e as novas oportunidades de internacionalização do produto brasileiro.

Manoel Rangel, director e presidente da Ancine

Leopoldo Nunes, secretário audiovisual do Ministério da Cultura do Brasil

Boccato ressaltou que seu maior desafio é chegar à segunda temporada, apesar de estar trabalhando com dois sinais diferentes, com produtos diferenciados. O executivo comentou que 'é simples levar uma ideia, convencer os programadores que é capaz de realizá-la, e inclusive realizar um produto de qualidade, mas o desafio é conseguir que esse produto seja o suficientemente interessante para o sinal, para poder ser distribuído a outros mercados e que valha a pena para os programadores realizarem uma segunda temporada'.

'Quando buscamos produzir algo, fazemos pensando na audiência, criar uma coisa atraente, que a audiência queira ver. Queremos que as pessoas identifiquem a nossa empresa com algo divertido. Quando produzimos, temos que pensar no desenvolvimento de projetos que tenham que tentar chegar à maior audiência possível dentro desse target, para que o investimento seja justificado. Temos toda uma área para pensar no desenvolvimento de cada projeto'.

Para Glaz, o tema das cotas é importante, mas o fundamental é se abrir ao mundo e fazer um produto que possa ser exportado para outros mercados.

Michela Giorelli, Discovery; Fernando Magalhaes, Net Servicios; Elton Simoes; Paulo Mendonça, Canal Brasil; e Christian da Castro, Zooks/ABVCAP

Carla Alfonso, Zodiak; Jacqueline Cantore, Global Civic Media; André Mermelstein, da Tela Viva; Hugo Janeba, Mixer; Paulo Boccato, Glaz

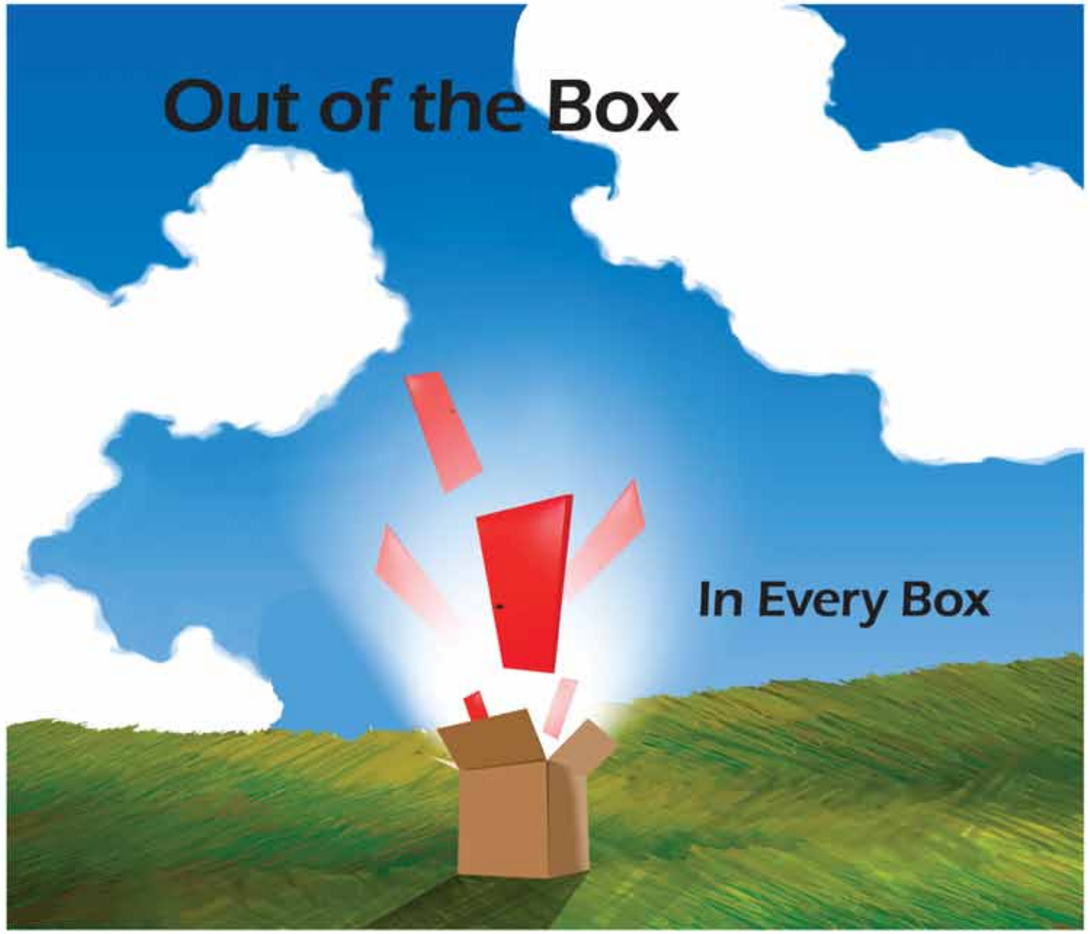
Jacqueline Cantore concorda com Boccato e destacou que: 'a lei é boa, mas o que a produção nacional precisa agora é especializar seus profissionais para criar conteúdo que possa ser internacionalizado'.

No segundo dia do Fórum, **Leopoldo Nunes**, secretário audiovisual do Ministério da Cultura do Brasil, explicou o contexto audiovisual atual e como ele afeta a mudança de paradigmas no sistema de formação, produção, distribuição, exibição e preservação do acervo cultural brasileiro e, particularmente, do digital.

Nunes falou sobre a política do Ministério: 'apostar no investimento, na criatividade, experimentação e regionalização do conteúdo audiovisual', e disse que para isso é necessário a continuidade de um ciclo modernizante que exponha mudanças estratégicas. Consequentemente, o papel do Estado deve estar bem definido e é neste ponto que o MinC tem trabalhado: 'O papel do Estado deve conter critérios públicos, estabelecer um sistema regulatório e uma política de financiamento'.

Dentro das diferentes atividades realizadas pelo Ministério, além da curadoria do acervo fílmico do Brasil, destaca-se a dedicação à profissionalização da indústria audiovisual: 'Estamos trabalhando na formação dos profissionais com cursos de dramaturgia. Na parte do financiamento, o Ministério está desenvolvendo parcerias com diferentes empresas, secretarias, ministérios, fundações e instituições que oferecem apoio para o desenvolvimento de novos projetos'.

Em relação ao núcleo da produção digital, Nunes afirmou que o Ministério está trabalhando na reconstrução institucional, com a atualização de suas 13 salas digitais e a abertura de novos focos de distribuição e exibição digital, principalmente na região nordeste do país.



Cost effective innovations are the hallmark of every Antronix design. More than 30 years of expertise in designing and engineering are in every product we build, whether it's our industry leading splitter designs, advanced MoCA and VoIP optimized residential amplifiers, or our Reverse Conditioning E-Option Taps and Faceplates.

Our "Design for Manufacturing" philosophy ensures high yield production at minimal costs. Proven field reliability and excellent reputation for quality positions Antronix as a leader in developing industry-leading products that meet the challenges of today's and tomorrow's HFC Networks.

At Antronix **creating value is just part of the package.**

ANTRONIX
CONNECTING THE WORLD OF COMMUNICATIONS

440 Forsgate Drive, Cranbury, NJ 08512 • 609-860-0160 • www.antronix.com

A&E Brasil: novo regulamento traz novas oportunidades

Cesar Sabroso, SVP de marketing e gerente geral de A&E Brasil

Em uma entrevista com Prensario, **Cesar Sabroso**, o novo gerente geral do recém-inaugurado escritório do Brasil da **A+E Networks Latin America**, comentou a atualidade da empresa e os objetivos que se propõem para os próximos meses.

'Hoje nossos sinais chegam a cerca de 14 milhões de lares no Brasil. Na América Latina como um todo já está em 48 milhões. O Brasil é um mercado prioritário. Nosso trabalho de preparo vem acontecendo há anos. Investimos muito tempo, dinheiro e pesquisa para chegar ao país com as condições certas. Naturalmente temos a grande vantagem de uma marca forte a nível mundial. Adicionamos a isso, talentos nacionais e a localização estratégica. Tudo pronto para que funcionemos em harmonia com a demanda da audiência'.

O novo regulamento de programação também traz novas oportunidades para as empresas de conteúdo, nesse sentido Sabroso ressaltou: 'Para nós, não se trata apenas de cumprir a lei. Nossa produção original faz parte da estratégia de nosso conteúdo, que é composto por uma combinação de programas internacionais de alta qualidade, séries originais exclusivas bem estabelecidas e produções originais locais com o mesmo padrão de qualidade do restante de nosso portfólio. E felizmente, estamos sendo muito bem recebidos pelo público brasileiro'.

'Temos uma grande vantagem competitiva em relação à concorrência: somos donos da maioria de nossa programação e com isso estamos em condições de oferecer ao público novas temporadas e episódios inéditos de nossas séries exclusivas que vem sendo muito bem sucedidas. Na **History** estamos com *Trato Feito*, *Caçadores de Relíquias*, *Mestres da Restauração* e *O Infiltrado*. Em **Bio**, contamos com o sucesso de *Dance Moms*, *Famosos e Fantasmas* e *Amigas do Peito* e no **A&E**: *Quem dá Mais?*, *Barter Kings, Reis dos Patos (Duck Dynasty)* e *NCSI LA*'.

O setor de Ad Sales cada dia cobra maior relevância no negocio dos sinais, Sabroso destaca que: 'A vantagem é que oferecemos uma verdadeira experiência de *branding* completa aos nossos anunciantes através da associação de sua marca e produto ao nosso conteúdo de primeira qualidade em multimídia. Contamos também com um departamento de *Brand Solutions* e serviços criativos totalmente dedicados a encontrar a fórmula perfeita e personalizada para estabelecermos uma grande parceria com cada cliente'.

'Atualmente o mercado brasileiro é a meta mais difícil e a oportunidade mais fascinante existentes no mundo. O Brasil está na pauta do mundo inteiro. A A&E Networks está vivendo um momento fundamental de consolidação, marcado pela liderança do **Eduardo Ruiz**, nosso presidente. E eu recebi a missão e a honra de consolidar o mercado do Brasil. Estamos orgulhosos e felizes com a nova pátria' finalizou Sabroso.

VividTV chega ao Brasil

Atriz Jenna Jameson

A **Vivid TV**, a divisão de canais lineares e serviços sob demanda da **Vivid Entertainment**, a maior e mais premiada produtora de conteúdo adulto do mundo, anunciou hoje o lançamento no Brasil de seu portfólio de conteúdo para serviços VOD através do canal **Global Village Telecom** (GVT).

O portfólio de conteúdo da **VividTV** coloca à disposição da GVT, uma das maiores companhias de telecomunicações do Brasil, centenas de horas de programação explícita da mais alta qualidade. Dentre a oferta disponível, destacam-se os populares vídeos **Vivid-Celeb** e as paródias mundialmente conhecidas dos filmes de Hollywood, incluindo a recente estréia *Iron Man XXX: An Axel Braun Parody*. A VividTV oferece aos assinantes da GVT acesso discreto e seguro a centenas de horas de programação inédita a cada mês, com a diversidade e qualidade que os telespectadores necessitam para desfrutar o melhor do entretenimento adulto da comodidade do lar.

'Este acordo reafirma nossa determinação de nos tornar o nome mais importante do gênero adulto nos principais países da América Latina, assim como nossa capacidade de oferecer às operadoras conteúdo único e exclusivo, com um comprovado potencial para aumentar a rentabilidade do segmento de entretenimento adulto', afirmou **David Guerra**, vice-presidente sênior de distribuição e marketing da VividTV para América Latina e Caribe. 'Confiamos que nossos conteúdos de alto perfil, poder de marca e atrativos termos comerciais impulsarão nossa rápida expansão e presença, não só no Brasil, mas em toda a América Latina'.

A VividTV oferece ao público latino-americano um canal linear com blocos de programação de classe mundial 24 horas por dia, assim como uma ampla oferta de conteúdo VOD e a renomada linha de vídeos para adultos *Vivid-Celeb*, protagonizados por personalidades como **Pamela Anderson**, **Kendra Wilkinson**, **Kim Kardashian** e **Farrah Abraham**. A VividTV também coloca à disposição de seus seguidores na América Latina *Vivid SuperXXXHeroes*, a famosa série de paródias para adultos de filmes estrelados por super-heróis, como *Iron Man XXX: An Axel Braun Parody*, *Superman vs. Spider-Man XXX*, *The Avengers XXX* e outras. O filme *Star Wars XXX: A Porn Parody* foi premiado recentemente pela revista AVN como o vídeo mais vendido e alugado do gênero em 2012. A oferta de programação da Vivid também inclui um portfólio de clássicos multipremiados do cinema adulto desenvolvido ao longo de 20 anos, com títulos como *Ginger*, *Fade to Black* e *Throat: A Cautionary Tale*, cuja popularidade contribuiu para que a marca Vivid ganhasse conhecimento a nível internacional. Recentemente lançada nos Estados Unidos, a VividTV está disponível nos principais sistemas de TV por assinatura e chega a mais de 52 milhões de assinantes.

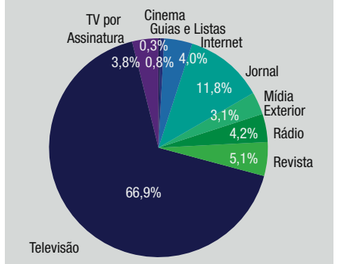
Brasil: investimento publicitário caiu 9,61% em janeiro-abril 2013

Totalizou 4,513 bilhões de dólares

O investimento publicitário no Brasil totalizou 4,513 bilhões de dólares entre janeiro e abril de 2013, o que representa uma queda de 9,61% em relação ao mesmo período do ano passado, segundo o último relatório do **Projeto Inter Meios**.

Todas as mídias registraram queda nos valores de investimento, na comparação entre os primeiro quadrimestres de 2013 e 2012. A TV aberta manteve sua liderança, com 3,018 bilhões de dólares e um share de 66,87 %, ou seja 7,01% menor do que o valor registrado entre janeiro e abril de 2012. No caso da TV por assinatura, a queda foi de 11,05% nos investimentos, com um total de 168,62 milhões de dólares, com uma participação de mercado de 3,74%.

Percentual de Participação em Abril de 2013



Fonte: Projeto Inter-Meios

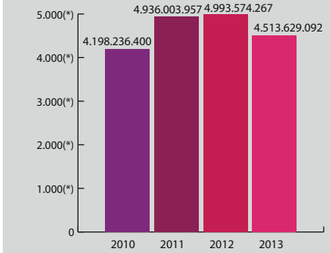
A mídia impressa (jornais, revistas e guias) totalizaram 773,3 milhões de dólares, um share de 17,12% e uma queda de 17,1% no valor, em relação ao primeiro quadrimestre de 2012.

A publicidade na internet, por sua vez, atingiu um valor de 198,79 milhões de dólares, com uma participação de mercado de 4,4% e uma queda de 21,91%. A mídia Cinema totalizou 12,18 milhões, 19,86% a menos que no período anterior e uma participação de mercado de 0,27%. Em Rádio, para finalizar, os investimentos publicitários alcançaram os 187,85 milhões de dólares, um share de 4,16% e uma queda de 5,89%.

Ranking de agências

Em relação às agências publicitárias, o **Ibope Media** publicou seu ranking para o período janeiro-maio de 2013. Os valores indicam o investimento publicitário de anunciantes, atendidos pelas respectivas agências.

Crescimento investimento publicitário 2010-2013 (Valores Acumulados Janeiro-Abril) Moeda: US$



(*) En Milhões

Fonte: Projeto Inter-Meios

A Young & Rubicam ficou em primeiro lugar, com um investimento de R$ 2,89 milhões (1,2 milhões de dólares), seguida pela **Ogilvy E Mather Brasil,** com R$ 1,42 milhões (632 mil dólares) e a **Borghy Lowe** com 1,34 milhões (596 mil dólares). Em quarto e quinto lugar aparecem a **WMcCann** e a **Almap BBDO,** respectivamente.

O top 15 se completa com a **Leo Burnett**, **Africa**, **Havas Worldwide**, **DM9DDB**, **Publicis PBC Comunicacao**, **Giovanni Draftfcb**, **JWT**, **F/Nazca S&S**, **PPR** (**NBS, QUE E PRO-LE**) e **Neogama**.

HBO: novas produções originais em Brasil

Estreia *O Negócio* e começa a produzir *Psi*

HBO Latin America iniciou em San Pablo o rodaje de sua nova série original *Psi* que narra as aventuras de um psicoanalista, baseada nas obras de **Contardo Calligaris**.

A série narra as aventuras dentro e fora do consultorio de Carlo Antonini (Emilio Mello), um psicoanalista interessado em casos pouco comuns que o desafiam e, em certas ocasiões, o expõem ao perigo.

Psi

Psi explora a complexidade que enlace os enigmas clínicos, as investigações policiais e as relações apasionadas. O autor da obra original também é roteirista da série junto com **Thiago Dottori**.

'*Psi* é a mais nova aposta de HBO no mercado brasileiro e estamos orgulhosos de produzir outra série de qualidade e excelência. O guião convida à reflexão e mistura drama com um inteligente toque de comédia', disse **Luis F. Peraza**, EVP de HBO LA Networks.

Esta nova série original agrega-se à lista de produções que HBO Latin America leva realizando no país desde 2004, como *Mandrake*, *Filhos de Carnaval*, *Alice*, *Mulher de Fases*, entre outras, e à próxima estreia em toda a região de sua nova série *O Negócio*, que conta a história de três jovens mulheres muito sofisticadas, do mundo de alto luxo de Sao Paulo, quem se reúnem para mudar suas vidas profissionais de uma maneira bastante radical.

O Negócio

AlmapBBDO: entre as mais premiadas de 2012

De acordo com os dados da Ibope Media, a **AlmapBBDO** esteve entre janeiro e maio deste ano entre as cinco principais agências em investimento publicitário no Brasil com cerca de R$ 1,26 bilhão (USD 558 milhões), atrás da **YR**, **Ogilvy E Mather Brasil**, **Borghi Lowe** e **Wmccann**.

Principais peças premiadas da AlmapBBDO

Conta entre seus clientes com marcas como **Alpargatas** (**Havaianas**), **Ambev** (**Bohemia**, **Antarctica Pilsen**, **Sub Zero** e **Original**), **Audi Brasil**, **Bauducco**, **Bayer**, **Bradesco Seguros**, **Casa do Zezinho**, **CONAR**, **Elma Chips**, **Gol Linhas Aéreas**, **HP**, **H2OH!**, **Johnson & Johnson** (**Nicorette**), **Pepsi**, **Visa** e **Volkswagen**, entre outros.

Entre as principais peças premiadas recentemente estão: *85 segundos* da **Getty Images** produzida pela **Zola** (filme); a campanha mobile para a **Audi Brasil**; e as campanhas outdoor *Torrada-Bandeja* para **Bauducco**; *Enfermeira, Louco, Agente* para **Bayer/Aspirina** e **Cafiaspirina**; *Cachorro* para **Mars/Pedigree**, entre outras.

No ranking do Ibope Media que mede o investimentos em mídia, no ano passado a AlmapBBDO terminou em segundo lugar. Segundo o Gunn Report, a agência foi a quarta mais premiada do mundo em 2012, mantendo-se nesta categoria nos últimos cinco anos. Além disso, foi também a segunda agência em digital mais premiada do mundo.

G2C: primeiro aniversario no mercado

Fernando Ramos, diretor executivo da G2C

Fernando Ramos, diretor executivo da **G2C**, ofereceu à Prensario um positivo balanço da companhia em seu primeiro aniversario no mercado. 'Nossa nova marca foi bem recebida e rapidamente assimilada pelos nossos interlocutores. Obtivemos êxito em um processo desafiador de conseguir aliar o lançamento de uma nova marca aos 20 anos de história e experiência que a empresa possui no mercado de TV paga', comentou.

'Conseguimos ampliar significativamente a distribuição do **Canal Brasil**, **+Globosat**, **BIS** e **OFF** em função de oportunidades surgidas com a lei SeAC. Tivemos mais de 10 de canais lançados no período, sendo grande parte as versões em HD dos canais da **Globosat** e joint ventures, além do lançamento do **Gloob**, o primeiro canal infantil da Globosat. Para todos estes canais conseguimos assegurar distribuição nas principais operadoras do mercado'.

'Também incluímos no nosso portfólio diversos produtos de VOD e SVOD. Através das principais operadoras do mercado, nossos assinantes podem ter acesso a produtos como **Muu**, **Philos**, **Receitas GNT**, **+Premiere.com**, **+Combate**, **+Bis**, VOD **Canal Brasil** e **Telecine Play**'.

'O atual cenário do mercado de TV paga no Brasil é muito promissor, mas também desafiador tanto pelo potencial de crescimento da base de assinantes quanto pelo perfil das classes sociais emergentes que passaram a fazer parte do universo de TV paga, transformando-a em uma mídia cada vez mais estimulante', disse o executivo.

'O crescente mercado de VOD no set-top box cria uma nova dimensão de entretenimento para os assinantes e também abre um novo leque de oportunidades para distribuição de conteúdo. Dentro deste contexto, pretendemos desenvolver ainda mais nossas iniciativas de *TV Everywhere*, estreitando nossa relação com as operadoras e a base de assinantes', completou Ramos.

Viacom: produção local original e multiplataforma

Roberto Martha, diretor sênior de Produção, **Viacom Networks Brasil**, explicou à Prensario: 'A tendência é que invistamos cada vez mais em produção local e, com isso, aumentemos o número de horas dedicadas a conteúdo nacional na programação dos nossos canais **Nickelodeon**, **Vh1** e **Comedy Central**'.

No início do ano, a Viacom anunciou a criação de uma ferramenta para incentivar que as produtoras passassem a submeter seus projetos para avaliação de sua time de forma contínua e mais assertiva. 'Com **viacompitchbox.com.br** eliminamos períodos específicos para "concorrências", ganhando um fluxo contínuo de informações e idéias. Também temos participado de eventos de mercado para comentar quais são as nossas demandas e o que esperamos dos projetos e como esperamos recebê-los', disse Martha.

'Com a nova lei as produtoras precisaram aumentar a oferta de programas ao mercado rapidamente. E para a execução dos projetos, é necessário mais gente, estúdios, equipamentos, elenco, enfim, toda uma infra-estrutura que, evidentemente, tem custos, o que acabou onerando produtoras e canais. O que as produtoras e canais têm sentido é a necessidade de investimentos na formação profissional para atender às novas demandas de mercado'.

Meus Prêmios Nick terá a 14ª edição em Nickelodeon

'Hoje temos com uma aquisição e dois projetos para Comedy Central; a segunda temporada de *Música.Doc*, *Back Track* (com celebridades brasileiras), *I Could Kill for Dessert* (aquisição), *Brazil Inside Out* (licenciadores) e outros projetos que também devemos anunciar em breve para Vh1; e teremos a 14ª edição de *Meus Prêmios Nick* e outro projeto previsto para ir ao ar em 2014 em Nickelodeon'.

Back Track e uma serie com celebridades brasileiras produzida para Vh1

Martha continuo: 'Sempre que temos uma estréia em um dos nossos canais, seja de uma produção original, aquisição ou licenciamento, avaliamos a melhor forma de explorar seu conteúdo. Assim, acionamos nossos times de diversas áreas: digital (elabora todo o conteúdo digital de nossas marcas para os sites ou redes sociais), marketing (ações para comunicar as propriedades do programa às operadoras e consumidores finais), comunicação (levará a programação à imprensa) e AdSales (venda de espaços publicitários e o desenvolvimento de projetos especiais, sejam ele online ou off-line)'.

Este mesmo processo é aplicado às produções originais, disse o executivo, e acrescentou: 'Vamos avaliando, ao longo da produção, quais são as melhores estratégias a serem usadas, qual resposta que esperamos do público. Desenvolvemos um cronograma de ações, podemos dizer multidisciplinar e multiplataforma, se assim acharmos adequado ao programa, dentro da relevância que ele tem em nossa estratégia para o canal em questão e colocamos em prática as ações'.

Roberto Martha, diretor sênior de Produção, Viacom Networks Brasil

'Quando lançamos *Tartarugas Ninja* na Nickelodeon abastecemos o site do canal com informações sobre a série e os personagens, trabalhamos com o público através das redes sociais (**Twitter** e **Facebook**), levamos os personagens para eventos relevantes do mercado de TV por assinatura, e desenvolvemos ações específicas para agências de publicidade, entre outros. Com *Meus Prêmios Nick* também pensamos sempre de forma 360º: trabalhamos com a imprensa, desenvolvemos ações de marketing, falamos com nosso público via redes sociais e o próprio evento já é uma grande ação off-line, tradicional e bem sucedida, de contato do público com a marca Nickelodeon'.

'Nos concentramos encontrar uma boa história para TV. Se encontramos ela, o trabalho de expandi-la para outras plataformas é naturalmente mais fácil. Somos uma equipe multidisciplinar que produz conteúdos diversos para públicos diversos'.

Globosat: crescimento em ambos os lados da pirâmide

Alberto Pecegueiro, diretor geral

Alberto Pecegueiro, diretor geral da principal programadora do Brasil, **Globosat**, explicou à Prensario a estratégia da empresa para oferecer serviços e produtos para todo o leque de classes sociais no Brasil: desde ficção local em seus canais lineares até as propostas mais sofisticadas em suas plataformas VOD.

Como conseqüência da entrada das classes C e D – que representam 80% do crescimento da base de clientes nos últimos três anos – surgiu uma mudança no perfil do público da TV paga e, por isso, os programadores se viram obrigados a adaptar sua oferta de conteúdos.

'Estamos indo claramente a mais produção nacional, particularmente de ficção em nossos principais canais. Não é novo que as classes médias e média-baixas continuam sendo o principal motor de crescimento da indústria, mas isto tem seus efeitos em nossa estratégia de programar. Os estudos de mercado indicam que a classe C2 está mais para a programação de ficção. Assim, reforçamos nossos investimentos nesta área'.

E deu exemplos: 'No **GNT**, teremos 10 novas séries para este ano, entre elas a segunda temporada de *Sessão de Terapia*. O objetivo é somar mais produção de ficção e reduzir o conteúdo factual, que é menos atrativo para estas classes sociais'.

Já o **VIVA**, um canal que exibe programas de arquivo principalmente, estreou em meados de junho sua primeira produção própria: *Sai de Baixo*, uma comédia de quatro episódios com os atores e talentos de produção da série originalmente exibida na TV Globo. 'Foi um sucesso de audiência e o canal ficou posicionado entre os primeiros lugares. Hoje está na 8ª posição no ranking geral e o objetivo é mantê-lo entre os dez primeiros'.

Multishow também está produzindo: 'Fizemos um programa similar ao *Sai de Baixo* chamado *Vai que Cola* que estréia no dia 8 de julho e traz um novo conceito na TV: uma comédia gravada ao vivo em um teatro. Foi pensada e é dirigida à classe 2C e esperamos que tenha um sucesso similar ao programa do VIVA', disse o executivo.

Seu canal de filmes **Megapix** está entre o 5º e o 6º mais vistos no Brasil, competindo fortemente com o **TNT** e o **Space**: possui conteúdo da **Fox**, **Paramount**, **MGM** e **Disney**, associado ao seu canal Premium **Telecine**.

O mercado

'Estamos em um momento complexo do mercado brasileiro: por um lado há uma leve desaceleração do crescimento da base de assinantes (este ano crescerá cerca de 20%, contra a taxa de 30% há três anos), enquanto o investimento publicitário na TV paga está em plena ascensão, e se espera um crescimento de 10% em comparação a 2012', afirmou **Pecegueiro**.

Qualquer mercado da América Latina estaria comemorando se crescesse 20% ao mês. No entanto, no Brasil, 'se vive uma fase de pessimismo', segundo o executivo. 'Esse panorama não se reflete no mercado de vendas publicitárias que continua crescendo e cuja participação no total aumenta 4%. Os anunciantes reconhecem que o crescimento se dá porque a TV paga tem um público potencial enorme', adicionou.

Em relação aos canais, o executivo estimou que não está previsto o lançamento de novos canais nos próximos 15 a 18 meses. Embora, haja perspectiva de crescimento, a exemplo da **Oi TV**, que lançou seu novo satélite (SES-6) e prevê um forte crescimento em seu serviço. 'Hoje a presença da TV paga ainda é pequena, está entre 27 e 28%. Há muito caminho à frente', destacou Pecegueiro, que preferiu não explicar sobre a possibilidade da entrada da **Dish** no mercado brasileiro, o que todos os analistas locais consideram iminente.

'O assunto mais discutido da indústria é o crescimento de conteúdos lineares como SVOD, VOD e *TV everywhere*. Estamos invertendo fortemente neste negócio que cresce nas classes de maior poder aquisitivo (ABC1), que têm melhor banda larga e buscam conteúdos mais sofisticados', sublinhou.

'Com o *Now* (da **Net**), lançamos dois canais pagos: o *Philos* (documentários, música clássica; 400 horas) e o **+Bis** (de música; 150 horas de conteúdos). Fechamos um acordo com a **Net** e a **Sky** para que os assinantes do canal de futebol **Premiere** possam ter acesso a jogos do canal a partir de seus dispositivos móveis', completou Pecegueiro.

Sai de Baixo é a nova comédia do VIVA, que produz conteúdo próprio pela primeira vez

Vai que Cola é uma comédia gravada ao vivo em um teatro para o Multishow

Sessão de Terapia terá segunda temporada no GNT

Brasil: dificuldades da TV por assinatura, apesar da expansão

Anthony Doyle, Turner Brasil

Apesar das expectativas geradas no Brasil pela Lei SeAC, a realidade da TV por assinatura no país é 'diferente do esperado', disse **Anthony Doyle**, titular da Turner Brasil.

'O que escutamos dos nossos clientes é que reduziram o dinheiro disponível e o crédito pessoal, o que provoca que, apesar das assinaturas continuarem vendendo bem, o CHURN tenha aumentado, em termos de necessidade, mais que de desejo, a banda larga é mais importante que a TV por assinatura; o que escutamos é que existe pouco dinheiro disponível. Conseguimos crescer, mas não com as taxas dos anos anteriores, que chegou a 30% anual'

Em relação à anunciada entrada da **Dish**, Doyle ressaltou que 'somente ter dinheiro não é a fórmula do sucesso, e algumas fusões não foram bem sucedidas. Por outro lado, as empresas têm que estar no Brasil, mesmo chegando tarde. Para os programadores, quanto mais clientes, melhor. Para a Dish, quanto mais tarde se instalar, mais difícil será. O "custo Brasil" (de operar no país) é hoje um obstáculo, não chega a ser uma barreira; mas, está tudo muito caro'.

Em relação à programação local através da Lei SeAC, Doyle afirmou que 'da decisão de materializar um projeto de produção até conseguir a qualificação de um produto terminado, existem problemas de entrega, de relevância de conteúdos, e também de obtenção das qualificações emitidas pela **Ancine**; acontece em muitos casos que na data prevista para colocar no ar um certo programa, o registro oficial deste programa não está pronto'.

'A produtora tem que entregar o material, mas as multas por descumprimento recaem sobre nós, os programadores; recebemos uma sanção que não é proporcional ao controle que temos sobre o projeto. Algumas produtoras conseguem a validação da Ancine a tempo, outras não'.

Discovery: boa distribuição no Brasil

Fernando Medin, SVP e gerente geral de Discovery Networks Brasil

Fernando Medin, SVP e gerente geral de **Discovery Networks** Brasil, comentou a Prensario: 'Hoje são cerca de 20 milhões de lares com TV por assinatura no Brasil e, de acordo com os dados divulgados e em abril pelo Pay TV Survey, o **Discovery Kids** é o canal mais distribuído no Brasil. O Discovery também está entre os cinco canais mais distribuído no país'.

Sobre o novo regulamento de programação, Medin disse: 'A Discovery continua a trabalhar com as produtoras independentes brasileiras, trabalho que iniciamos em 1999, antes da existência instrumentos de fomento à produção nacional. Também estamos ampliando nossa equipe e volume de produções, sem abrir mão da qualidade de produção'.

Para Ad Sales, a empresa tem iniciativas diferentes. 'Trabalhamos no desenvolvimento de soluções criativas e sob medida, que agregam valor ao anunciante e relevância para o telespectador, além da comunicação integrada nas diversas plataformas em que distribuímos o conteúdo Discovery. Um dos casos que ilustra esta estratégia é a série *Mulheres que Perfumam*, desenvolvida em parceria com marca brasileira de cosméticos *O Boticário*, com estreia prevista para este ano', explicou.

Sobre o mercado brasileiro de TV paga, disse: 'Hoje, a TV por assinatura deixou de ser um veículo de nicho e já pode ser considerada um veículo de massa qualificado. A TV por assinatura atinge mais de 60 milhões de brasileiros e é um meio que reúne alcance e direcionamento da mensagem. Existe um real desejo dos brasileiros em ter TV por assinatura, uma vez que ela se tornou um serviço relevante e uma excelente opção de entretenimento familiar'.

'Por outro lado, ainda há potencial para crescimento do meio no que tange a publicidade. A penetração da TV por assinatura tem crescido rapidamente, mas isto não é acompanhado proporcionalmente ao investimento de publicidade'.

EI: conteúdos esportivos com chegada multiplataforma

Edgar Diniz, presidente

A **Turner** adquiriu recentemente uma participação minoritária no **Esporte Interativo**, através de um aporte de R$80 milhões (USD 35,3 milhões). Prensario falou com **Edgar Diniz**, presidente, quem explicou: 'Os recursos serão investidos no negócio e o EI continuará a operar como empresa independente e a ser controlado pelo grupo de sócios executivos que comanda a companhia desde a sua fundação em 1999'.

'A Turner passou a ser a maior acionista individual da empresa e a ter o direito de indicar dois dos sete membros do Conselho de Administração, atuante desde 2004. A entrada da Turner vai ampliar nossa capacidade de investimento e nos dará acesso ao "estado da arte" em produção de conteúdo. Além disso, possibilitará a exploração de novos modelos de negócios nesse ambiente dinâmico de distribuição de conteúdo em múltiplas plataformas. No mercado de TV Paga em particular, estamos em processo de alinhamento das estratégias para gerar sinergias na relação com as operadoras', acrescentou.

O primeiro fruto desse investimento será o novo canal HD, que deverá estar pronto até o fim do ano. 'Temos um grande investimento no futebol nordestino, que começamos este ano e nos comprometemos a apostar na força da região de uma maneira que nenhum outro veículo nacional se propôs a fazer até hoje', disse Diniz.

Caderno de Esportes e *Zico na Área*, alguns dos principais programas no EI

'EI produze e distribui conteúdo esportivo em múltiplas plataformas. Alem da presença consolidada na TV, o portal www.esporteinterativo.com.br, relançado em outubro de 2012 em parceria com o **Yahoo!**, é atualmente o terceiro maior portal de esportes do Brasil, com 10 milhões de usuários únicos/mês. Nos consolidamos como veículo esportivo número um do Brasil e dois do mundo nas redes sociais, com mais de 7 milhões de fãs na sua página principal no **Facebook** (www.facebook/esporteinterativo)'.

Em 2012, foi lançado o **Esporte Interativo Plus**, para complementar a experiência da TV que permite ao usuário assistir online a toda programação em qualquer tela, ao vivo e sob demanda, incluindo até 4 transmissões simultâneas, caso ocorrido durante a última Copa do Nordeste, no início de 2013. O **Esporte Interativo Móvel** também é o maior serviço de assinatura de notícias esportivas pelo celular do Brasil, com mais de 500.000 assinantes ativos.

'Nossas vantagens são: 1) múltiplos pontos de contato: chegamos até as pessoas através das mais variadas telas com o conteúdo adequado as características de cada plataforma; 2) conteúdo premium: temos direitos das duas principais competições da Europa e de futebol brasileiro único e exclusivo até 2022; Eliminatórias das principais seleções européias, NFL, judô, vôlei, handebol e taekwondo, além do *Bellator*, a segunda mais importante competição de MMA; 3) conexão única com fã do esporte: o conteúdo premium aliado a uma maneira diferente de produzir e interagir com publico que coloca os espectadores no centro do campo em todas as plataformas'.

Programação

'O segundo semestre desse ano terá um foco muito grande em Copa do Mundo, que vai ter impacto grande nos nosso negócio e deve estar em grande parte da nossa programação. Temos os direitos de todos os jogos do Barcelona, através do **Barça TV**, e temos convicção de que ter a dupla **Neymar** e **Messi** será uma grande atração para o telespectador. A temporada vai abrir com a primeira decisão do Neymar no Barça, nos dois jogos que definem o campeão da Supercopa da Espanha, em agosto'.

'Temos direitos exclusivos dessas partidas no Brasil e uma expectativa de grande audiência. Além da dupla, outros jogadores da Seleção Brasileira vitoriosa na Copa das Confederações e dos grandes craques das outras seleções que disputarão a Copa no Brasil, vão continuar nossa tela, através da *Champions League*, da *UEFA Europa League*, da *Copa do Rei*, da *Copa da Alemanha* e de outras competições'.

'Teremos novidades na programação, com a presença do Zico, que já apresenta o programa semanal *Zico na Área*; *Caderno de Esportes* e um jornal diário que vai ao ar todos os dias às 19hs. Buscamos desenvolver conteúdo e direitos com outros players sempre que percebemos que existe algum conteúdo interessante', completou Diniz.

RFI: 'O Brasil tem um lugar privilegiado'

Maria Emilia Alencar

Os programas da **RFI** em português para o Brasil começaram em 1982 junto com os programas para os países da América Latina. Nessa época, em que vários países do continente viviam em regime ditatorial, RFI transmitia em ondas curtas e tinha como missão divulgar a informação que não chegava a esses países. A redação brasileira (no início apenas 4 jornalistas) era um pequeno núcleo dentro da Redação América Latina. Até então, a existência do Brasil na RFI obedecia a uma lógica mais geográfica do que linguística. Um pouco depois, o número de horas de transmissões para o Brasil foi aumentando (sempre em ondas curtas), outros jornalistas foram contratados e no final dos anos 80 a redação brasileira foi separada desse polo latino-americano e virou um serviço independente, com suas próprias características e ambições.

No decorrer dos anos 90, RFI adotou uma linha chamada de "toute info", ou seja, "prioridade para a notícia", mais dinâmica, voltada para a informação em tempo real com maior número de noticiários, e ao mesmo tempo, jornais mais curtos, se alinhando a uma tendência mundial. Com a redemocratização dos países da América Latina e o desenvolvimento da mídia no Brasil, o sistema de transmissão em ondas curtas (muito oneroso) começou a ser questionado e finalmente foi extinto para a América Latina.

Fox Brasil: fidelizando audiência e novos lançamentos

Gustavo Leme, Senior VP e Diretor Geral da Fox Latin American Channels Brasil

A **Fox Latin American Channels** Brasil é uma das maiores distribuidoras de TV por assinatura no Brasil, **Gustavo Leme**, Senior VP e Diretor Geral da Fox Latin American Channels Brasil, em fala com Prensario destacou o bom primeiro ano do **Fox Sports**.

'Em apenas um ano no Brasil, o FOX Sports já conseguiu fidelizar seu público. O canal já possui a segunda maior audiência entre os canais de esporte na TV por assinatura. O bom desempenho do Fox Sports tem como principal fator a programação do canal que detém os direitos de transmissão da Copa Bridgestone Libertadores, Copa do Brasil, Serie A Tim, Barclays Premier League, Campeonato Argentino, Copa Bridgestone Sul-Americana, Campeonato Brasil, Nascar, entre outros grandes eventos'.

A continuação Leme destacou os projetos futuros da FIC: 'Nós estamos preparando para o começo do ano que vem o lançamento do **Fox Sports 2**. Uma oportunidade para nossos telespectadores não deixarem de acompanhar nenhuma das nossas aquisições, como, por exemplo, as corridas da NASCAR, que são longas e muitas vezes chegam até o horário de um jogo de futebol'.

'Para o ano que vem, estamos programando também a junção de nossos dois canais de Lifestyle: **Bem Simples** e **Fox Life**. Ficaremos com a marca Fox Life que reunirá toda a programação consolidada que já temos no *Bem Simples* - como Programa da Palmirinha, *Brasil no Prato*, *Homens Gourmet*, *Show de Bebê*, entre outros – além do conteúdo que já existe no Fox Life e estreias de séries de fora, mas agora dubladas'.

'A Fox está vivendo um bom momento no Brasil. Tivemos um ótimo crescimento do ano passado para este em faturamento. Ao todo, foram 49%. E a expectativa para o novo ano fiscal é de atenção devido aos rumos que a economia brasileira tem tomado. Porém os investimentos serão mantidos e esperamos que o crescimento do mercado continue em bom ritmo. Do lado das vendas de publicidade esperamos um aumento maior que a média do mercado devido ao maior espaço que os Canais Fox conquistaram' concluiu Leme respeito da atualidade da empresa'.

10° BBC Showcase América Latina

Fred Medina, EVP e diretor gerente

A **BBC Worldwide América Latina** está de volta ao Rio de Janeiro com a 10 ª edição da BBC Showcase América Latina, que acontece de domingo, 18 de agosto, até terça-feira, dia 20, no Windsor Atlântica Hotel, em Copacabana.

Único evento de vendas de televisão latino-americano representado por um distribuidor, o show vai apresentar em primeira-mão através de sessões exclusivas para às emissoras e os compradores de toda os programas as mais recentes novidades da BBC Worldwide. Os participantes também terão a oportunidade de conhecer o vasto catálogo de conteúdo de classe mundial da BBC que abrange uma extensa variedade de gêneros.

Neste ano, a BBC Worldwide Latino America amplia o evento no Rio incluindo a participação de toda a gama de negócios de mídia da marca. Atualmente, como uma empresa multimídia global, a BBC Worldwide oferece soluções abrangentes de soluções comerciais da marca BBC apoiando as extensas plataformas de mídia disponíveis na América Latina.

Fred Medina, em seu novo cargo de EVP e diretor gerente da companhia, irá comandar o evento, que também contará com a presença das áreas comercial, formatos de projetos de publicidade, canais, projetos digitais e oportunidades de comercialização de produtos. **Paul Dempsey**, presidente do mercado global da BBC Worldwide também participará do evento.

Prevail
C A T V

CATV HFC·DIGITAL EQUIPMENT·EPON EOC

ONE OF THE TOP TEN NATIONAL BRANDS IN RAIDO AND TELEVISION INDUSTRY IN CHINA

High-power multi-output EDFA

Adopt Erbiumytterbium-doped double-clad optical fiber technology; Output port:optional 8-32 way;Output power:maximun up to 2W; Low noise figure:0dB input is less than 5dB;Perfect network management interface:Ethernet interface;International SNMP network management interface;Lower power consumption by intelligent temperature contrlsysem;Output power:optional 0-3dB;

Four in One H.264 HD encoder WDE-H420

Support H264/AVC High Profile Level4.2;Up to 1920*1080P video format; Support SDI,HDMI video inputting interfaces;10/100/1000BASE-T with Auto-negotiation bite;Rate Ethernet output;Zero jitter on IP output;Zero jitter generation on TS over IP output;Setting program and supplier name through internet;Both local or remote network management and online update; 10/100M Base-Tx management interface;Support brightness,color saturation,contrast and color adjustment;Support 4 channels encode;

Eight in One H.264 SD Encoder WDE-S820

Support H264/AVC High Profile Level3.0;Support analog CVBS video inputting interfaces;10/100/1000BASE-T with Auto-negotiation bite;Rate Ethernet output; Zero jitter on IP output;Zero jitter generation on TS over IP output;Setting program and supplier name through;Internet and front panel;Both local or remote network management and online update;10/100M Base-Tx management interface;Support brightness color saturation,contrast and color adjustment;8 channels encode;

Optical receiver WR1004DJ

High response PIN photoelectric conversion tube; Optimization circuit design,SMT process production, optimization signal path,fluency photoelectric signal transmission;Specialized RF attenuation chip,good RF attenuation and equilibrium linear,high accuracy; GaAs amplification device,power double output,high gain and low distortion;Microprocessor control working status,LED shows all parameters,convenience and intuitive operation,and stable performance; Excellent AGC performance,when the input optical power range is -9~+2dBm,the output lever,CTB and CSO basically unchanged;Reserved data communications interface,it is convenient to connect with network management responder,access to network management system;

Optical Node WR8604G

Four ports all can output high level signal above 108 dBμV; Advanced RF AGC technology make the input optical power changed in the range of -5~+5dBm, output and nonlinear indexes remain unchanged;Built-in perfect multi-channel separation circuit,make the signals mutual interference(among forward channel,reverse channel and network management) reduced to the lowest;Built-in perfect condition monitoring circuit,can be configured the responder that in line with network management standard<GB/T 20030-2005 HFC network device management system specifications>, easy to realize the remote network management monitoring;And can easily achieve interoperability with other manufacturers' front-end management software;

1GHz Optical Node WR1004HJ

The highest operating frequency is expanded to 1GHz; Full CPU control working status,and add LED parametersdisplay screen;Advanced optical AGC function,the input optical power range is broadened to -9~+2dBm; Full SMT process production,EQ and ATT control circuit both adopt specialized electricity control chip;Output stage of the downlink channel adopts GaAs power doubler amplifier module;The highest output level up to 112dBμV, even more;The uplink channel adopts specialized RF electricity control attenuation chip replace the three-state switch;

TEL:+86-571-82559907 FAX:+86-571-82551107
E-MAIL:necy-xu@prevail-catv.com
Http://www.prevail-catv.com
HANGZHOU PREVAIL OPTOELECTRONIC EQUIPMENT CO.,LTD.
ADDRESS:Industrial Development Zone, Guali Town, Xiaoshan District, Hangzhou City, Zhejiang, China.

EXPERTISE. INVENTORY. VALUE. AGC.

AGC has what you need, when you need it most – now. We are an industry leader in stocking new & refurbished inventory, from major OEMs.

NODES

- OM 1111 (New)
- SG 4000
- SG 2000
- OM 3100
- 6940
- 6920
- Tiarra Nodes
- OM 4100

CONVERTERS

- OCT 2000s
- OCT 6200s
- OCT 6208s
- OCT 6412s
- OCT 6416s
- OCT 700s

AMPLIFIERS

- Flex Max 321 Series (New)
- Flex Max 601 Series (New)
- GMLE 870
- Flex Max 331 Series (New)
- Flex Max 901 Series (New)
- MB 75 SH

MODEMS

- SB 51XX Series
- DPC 2100
- Docsis 3.0 Modems
- TJ 715Xs
- VOIP Modems
- SBG 900

HEADENDS

- CHP Max 5000 (New)
- Motorola OSRs
- APEX 1000
- C8
- C6
- SEM V8

TAPS & PASSIVES

- Regal Taps (New)
- C-Cor Taps (New)
- S.A. Taps
- G.I. Taps
- Taikan Taps (New)

What you need, when you need it - experience AGC.

We are an authorized Arris Distributor.

913.402.4499

www.adamsglobal.com sales@adamsglobal.com

AGC
ADAMS GLOBAL COMMUNICATIONS
An ATG Company