

EMOCIONES FULLSCREEN
CONEXIONES INOLVIDABLES



Desde la redacción multiplataforma más grande e innovadora de América Latina, llegamos a cada pantalla con contenidos de ficción, información y entretenimiento de la más alta calidad. Conexiones inolvidables para expandir oportunidades de negocios.



Contenidos que conectan

@ArtearMarketing

artear
www.artear.com

ironagency

OCTUBRE 2019 | AÑO 28 | # 375

Prensario Internacional

www.prensario.tv

TELEVISIÓN • PLATAFORMAS DIGITALES • LICENSING

HISPANIC TELEVISION SUMMIT 2019

Westin Times Square • New York • USA

NYC
Television
Week



NextvCEO LATIN AMERICA 2019 • MIAMI

The Biltmore Hotel Coral Gables • Miami • USA



TECNOTELEVISIÓN &RADIO COLOMBIA

Centro de Exposiciones Corferias • Bogotá • Colombia

POST



JORNADAS
INTERNACIONALES 2019
1ª PARTE



Nextv
Series | MEXICO

Turner

Creadores de contenido,
generadores de EMOCIONES



Tu fanatismo por el Fútbol, Cine, Series, Noticias y Animación.
Todo, en todas las plataformas.



ECONOMÍA CREATIVA

Gente con ideas e ideales

DW presenta proyectos innovadores en América Latina, empresas con gran impacto económico y social. Conozca los startups que pueden cambiar la vida de las personas y la economía de una sociedad.



dw.com/economiacreativa

Hispanic TV Summit 2019: 'Cambiando las opciones'

La industria se reúne en el marco de New York TV Week

En la última jornada de New York Television Week, que se celebra del 28 al 30 de octubre en la Ciudad de Nueva York, tendrá lugar la 17ª edición del Hispanic Television Summit, un foro de discusión sobre la industria del video y la televisión, enfocado en publicidad, distribución de video digital, programación, métricas de audiencia y el rápido crecimiento del mercado hispano de Estados Unidos.

Entre los principales sponsors del evento, se destacan **NBCUniversal Telemundo, Applicaster, Castalia, Univisión, Viacom, Atresmedia, Thema, Ve Plus y Condista**, la compañía de representación de señales creada por **Jorge Fiterre**, que cumple 20 años y tendrá reconocimientos y una importante celebración en este contexto. Condista auspiciará la recepción de clausura del evento como parte de su festejo. Hispanic Television Summit es único por reunir a los ejecutivos de este negocio que buscan llegar a los televidentes hispanos y es la conferencia anual más larga sobre esta temática. La agenda se enfocará en las últimas tendencias de ingresos y cubrirá a los medios comprando en múltiples pantallas, medición de audiencia y comportamiento, desarrollo de contenidos, adquisición y distribución, así como branding y promoción.

Este año, el tema principal será "Cambiando opciones", para reflejar las nuevas alternativas en distribución de contenidos, colocación de medios y medición de audien-



Panel inaugural de Hispanic TV Summit 2018, con GroupM Multicultural, Horizon Media, Heineken, Univision y Cisneros Media

cias por las que atraviesa el negocio enfocado en el público hispano de EE.UU.

Además, busca ser un contexto para cerrar acuerdos de distribución y contratar talento, cerrar patrocinios de los medios y negociar acuerdos de marketing de afiliación. Una de las metas es entregar contenido para pensar a futuro, diseñado para profesionales de alto nivel para inspirarlos en el próximo paso de su carrera.

Normalmente, este evento convoca a más de 450 profesionales clave de la industria de Broadcast, cable, satélite y OTT, agencias de compras de medios, firmas de marketing, compañías de investigación de audiencias, de producción, distribuidores de contenidos, la comunidad de inversiones financieras y medios relacionados como radio hispana,

plataformas de redes sociales, influencers online, publicaciones impresas y digitales.

La agenda tendrá un 75% de disertantes nuevos y otros ya conocidos, además renovará las tendencias de discusión con contenido único y mejorado.



El hotel Westin Times Square será sede de Hispanic TV Summit



Conferencias

Hispanic Television Summit

Miércoles, 30 de octubre

9:15 am - 9:30 am

Acto de bienvenida
Joe Schramm, Schramm Marketing Group

9:25 am - 12:15 pm

Anfitrión de la mañana
Jessica Formoso, Reportera, FOX 5 NY

9:30 am - 10:00 am

Conversación inaugural

-Opciones cambiantes en publicidad de marca

10:00 am - 10:45 am

Debate sobre publicidad y medios

-Cambiando las opciones en medios, colocación e investigación

Disertantes
Carla Noriega, Casanova// McCann

Steve Mandala, Univision Communications Inc.

John Santiago, M8

Sahil Gambhir, A4 Media

Lisa Torres, Publicis Media's Multicultural Practice, Cultural Quotient

10:45 am - 11:00 am

Break para networking

-Auspiciado por Atresmedia Internacional

11:00 am - 12:15 pm

Super sesiones

-Cambiando las opciones para atender a las audiencias hispanas

-Perspectiva del proveedor de servicios

Disertante

Juanjo Duran, Google

-Perspectiva de la red

-Perspectiva del programador

-Opciones cambiantes para los fanáticos hispanos del fútbol

Disertante

Boris Gartner, LaLiga North America

-Perspectiva de la investigación de consumo

Disertante

Lia Silkworth, Telemundo

-Perspectiva de la agencia de medios

Disertante

Karina Dobarro - Horizon Media

Entrevistador

Court Stroud - The Cledor Group

12:10 pm - 2:15 pm

Anfitrión del almuerzo

Christian Acosta

Co-conductor

LatinX NOW!

12:15 pm - 2:15 pm

Almuerzo y entrega de premios

Auspiciado por NBCUniversal

Hispanic Group

-Premio al liderazgo ejecutivo en televisión y video hispanos

Peter E. Blacker, EVP, Revenue Strategy & Innovation, NBCUniversal Telemundo

-Premio al liderazgo corporativo en televisión y video hispanos

Yvette Peña, AARP

-Premio al logro extraordinario en programación para TV y



video hispanos

Juan Carlos Rodriguez - Univision Communications Inc.

Félix Fernández - TUDN's "República Deportiva"

Federico Lariño - Univision Communications, Inc.

Gonzalo Morozzi - "República Deportiva"

-Premio "Los Veinte" al logro en TV y video hispanos

Burke Berendes - Condista

Jorge Fiterre - Condista

2:10 pm - 4:45 pm

Anfitrión de la tarde

Gio Benitez, Corresponsal, ABC News

2:15 pm - 2:45 pm

Conferencia de programación

-Dos estaciones, una voz: Conociendo las necesidades de las audiencias de noticias bilingües de hoy

Disertantes

Valari Staab, NBCUniversal

Owned Television Stations

Manuel Martinez, Telemundo Station Group

2:45 pm - 3:30 pm

Contenido para audiencias

hispanas

-Cambiando cómo creamos y promovemos contenido

Moderadora

Adriana Waterston, Horowitz Research

3:30 pm - 3:45 pm

Break para networking

Auspiciado por Thema America

3:45 pm - 4:30 pm

Discusión sobre distribución

-Cambiando las opciones para la distribución de contenidos a la audiencia hispana

Disertantes

Burke Berendes, Condista

Patrick Rivet, THEMA America

Romina Rosado, NBCUniversal

Telemundo

Luis Torres-Bohl, Castalia

Communications

4:30 pm - 4:45 pm

Acto de clausura

4:45 pm - 5:45 pm

Recepción de clausura

-Celebración de los 20 años de Condista

Condista: 20 años de servicio para señales y operadores en Latinoamérica

Será reconocido en el Hispanic TV del New York TV Week

Fundada por **Jorge E. Fiterre** hace ya 20 años, **Condista** ha sabido construir un gran puente entre el mercado latino de Estados Unidos y Latinoamérica, a partir del desarrollo de una solución integral para las señales de televisión y los operadores de TV paga. Por esto y mucho más, Jorge recibirá este mes un reconocimiento en el Hispanic Television Summit, una convención que se llevará a cabo el 30 de octubre en New York.

‘Condista nació luego de mi paso por un sistema de cable de Miami; yo había comenzado mi carrera en la industria de Broadcast y vi que allí estaba el futuro. Había que aprovechar que la población inmigrante en Estados Unidos quería ver la programación de su país. Ya se veían algunos canales en español, pero en ese momento solo existían con programación traducida’, explicó Jorge Fiterre.

‘Todo inició con la distribución de **Canal Sur** de **Arturo Delgado**, que aún hoy trabaja con nosotros, y estuvimos en 1999, cuando empezaron los paquetes en español en **DirrecTV**. El segundo cliente fue **PumaTV** de **José Luis Rodríguez** y luego **TV Española**, a la que introdujimos al mercado de EE.UU., luego **Claxson** con **HTV** e **Infinito**. Hoy en día representamos más de 25 señales en las Américas’, completó.

Con los MSOs principales

‘En aquella época, los operadores de EE.UU. nos recibían muy bien porque necesitaban gente con conocimiento del mercado hispano. Fue así que llevamos programación a **AT&T**, **Time Warner** y **Comcast**, entre otras. Una ventaja que nos ayudó a vender fue explicarle a los MSOs que tenían un producto adicional para vender, con nuevos ingresos; esa idea sigue funcionando aún hoy’, remarcó.

Sobre el proceso comercial, Fiterre comentó que la venta puede llevar tres años

y luego continúa la parte de promoción. ‘Nosotros damos el servicio completo. Por eso siempre digo que nuestros clientes son tanto las señales como los sistemas que las distribuyen’, enfatizó.

Latinoamérica

Ya para el 2001, Condista representaba varias señales. **Burke Berendes** era parte de la sociedad y más tarde, en 2008, para explotar aún más los contenidos de su portafolio, se incorporó **Willie Hernández**. ‘Con Willie, pudimos extender inicialmente los derechos de la distribución de canales como **Telefe**, **TV Chile**, **TyC Sports** y **Canal Sur**, en las regiones del Caribe y Centroamérica, fortaleciendo la relación entre ambas regiones’, aclaró Jorge Fiterre.

Explicó que en ese mismo año también comenzó con la venta de publicidad para Estados Unidos aprovechando que ya superaba los 3 millones de suscriptores, y agregó: ‘Este año superamos los 5 millones sólo con los paquetes hispanos’.

‘Hace diez años, TV Española decidió cambiar su rumbo, pero sumamos a **Antena 3** con propuestas como **Atresmedia**; **RCN** ya ofrece tres canales y **Canal Sur**, cuatro. Luego tomamos **RAI Italia** para todo el continente’.

Este mes, Condista participará en la conferencia Hispanic Television Summit, donde recibirá un reconocimiento por los 20 años de trabajo continuo. Es un evento que llevamos patrocinando desde hace 12 años. El festejo lo combinamos entre Jornadas Internacionales, Nueva York, Natpe Miami, donde cada vez hay más gente en nuestro cóctel, y tal vez Andina Link Cartagena en marzo 2020. Celebraremos con nuestros clientes, los sistemas y amigos de la industria’, afirmó.

Condista Networks

Como parte del crecimiento, inició una



Equipo gerencial completo con Jorge Alberto Fiterre, Jorge E. Fiterre en el centro y Willie Hernández

nueva etapa con **Condista Networks**. Señaló Fiterre: ‘Cuando Comcast compró NBC Networks, se comprometió a sumar canales de grupos minoritarios, y con ellos lanzamos **Kids Central**, un canal que está disponible tanto en inglés como en español y permite elegir entre uno u otro’.

‘Con Kids Central encontramos un nicho. Está aprobado por la Common Sense Media, calificaciones objetivas a todos los contenidos infantiles, sean películas, libros o programas, y considera siete sub categorías, entre ellas lo educacional’, explicó.

Otra propuesta es la nueva señal **Inglés para todos**, también producida por Condista y lanzada a partir de un pedido de **Dish Networks**.

Distribución para OTT

El servicio completo de Condista tiene, desde hace seis años, un nuevo eslabón: ‘Se distribuyen contenidos para VOD y OTT, incluso en 4K, y los procesamos para aquellos sistemas de TV paga o proveedores de Internet que no tienen una infraestructura para VOD y necesitan una solución técnica’, explicó.

‘Tomamos el material de los estudios y hacemos el procesamiento de contenidos. En este sentido, trabajamos con sistemas como **TotalPlay** en México, así como el Grupo de **Cinépolis**, que fue totalmente innovador en OTT para un público diferente’, resumió.

WORKING TO GROW THE INDUSTRY

since '99'



ONE OF THE ONLY INDEPENDENTS TO WORK WITH EVERY AFFILIATE IN THE US & LATIN AMERICA

More than 30 networks have chosen us to be their partner. Congrats to all of our distributors and network partners for making this industry what it is today.

CONDISTA

Castalia: Futuro y alcances de la TV paga

El CEO, Luis Torres-Bohl, comparte su visión

‘El mercado hispano de Estados Unidos continúa sólido y creciendo, quizás no a los niveles de hace diez años pero con una población total que supera los 56 millones de personas’, expresó **Luis Torres-Bohl**, CEO de **Castalia Communications**, quien mantiene una firme visión del futuro de este mercado.

‘Es obvio que este mercado está aquí para quedarse. Desde el punto de vista de la TV paga, si bien es cierto que en general ha perdido cientos de miles de suscriptores, el hispano continúa creciendo en a doble dígito por año. Es más, hay ciertos MVPDs (Multi-channel Video Programming Distributors), los que antes eran los MSOs que incluyen satélite, IPTV y cable, que han incrementado significativamente su número de clientes hispanos y, más importante aún, estos clientes son fieles a los servicios que se les proveen dentro del mundo cambiante del cord cutting, los OTTs y todas las amenazas que se ciernen sobre la televisión de paga lineal’, comentó.

‘Lo que esto significa para empresas como **Comcast**, **Charter**, **Dish** y otras, es que funciona el multiculturalismo como oferta a clientes, quizás no a los niveles del mercado general pero sí como creación de una fuente de ingresos que crece al 2,2% por año para esas empresas’.

‘Castalia siempre se ha preocupado por

proveer servicios que ayuden a los distintos programadores a que sus voces sean escuchadas y que lleguen a los grupos de población que necesitan recibir esas noticias, información o entretenimiento. A través de los años, castalia ha trabajado para llevar estos contenidos a grupos de japoneses con **Asahi Television** y **NHK**, a los brasileños con **Bandeirantes** y a los hispanoparlantes con canales como **Perú Mágico** y **Mexicanal**’.

‘Esta gestión incluye también **BBC World News** para los ciudadanos globales de las Américas, y hoy la empresa continúa abriendo otras ventanas, como el proyecto **All National Network**, el primer servicio a nivel nacional para las culturas indígenas estadounidenses, una población de siete millones de personas a través de la Unión Estadounidense. Éste es un grupo multicultural que a la fecha no tiene una voz para que otros y ellos mismos la escuchen’.

‘Con **Mexicanal** continuamos explorando las diferentes necesidades de información y entretenimiento para los mexicanos que viven fuera de su país, tanto en Estados Unidos como en Canadá. Los programas que se producen y transmiten allí tratan temas de interés universal, tanto es así que otros distribuidores, como **Netflix**, **Televisa** o **Smithsonian Channel** han licenciado los programas para exhibición en sus plataformas’.



Luis Torres-Bohl, CEO de Castalia

‘Los retos en la industria de medios continúan siendo muchos, pero a nuestro juicio también abren puertas si pensamos en las necesidades de aquellos que requieren estos contenidos. Por ejemplo, estamos trabajando en un proyecto de nivel continental que ofrecerá servicios para toda América Latina y que será anunciado próximamente’, completó.

‘De la misma manera, nuestra área de producción ha incrementado su output y los proyectos en desarrollo, como la serie *Las Cantinas de Don Cornelio*, estrenada hace poco en el Comcast Freeview. Igualmente, está en post-producción un documental sobre la Feria de San Marcos de Aguascalientes, en México y la más grande de toda América Latina, con no menos de 8 millones de personas asistiendo a ella todos los años’, resumió.



My ZenTV

Otra novedad fue el regreso a la región de **MyZenTV**, señal de bienestar y estilo de vida sana de calidad superadora a lo que hay en el mercado con un target de mujeres de 25 a 40 años. Sumó a **Azulay Anzola** para manejar la región y armar una estructura de representación. Ya estuvieron en Jornadas cerrando al primer agente para el Cono Sur. Tiene contenido de HD, 4K, VOD y de varias apps.



Nela Pavlouskova y Azulay Anzola de MyZen TV

Al Jazeera English

Una visita interesante del lado de los programadores en Jornadas, fue la de **Imtiyaz Khan** de **Al Jazeera English** (AJE), para acompañar a **Marc Hertfelder**. El mensaje es que la señal va a tomar un nuevo empuje para crecer en la región.



Imtiyaz Khan y Marc Hertfelder de AJE

LA TELEVISIÓN QUE NOS UNE



Promax Latino anunció sus nominados

Los ganadores se conocerán el 14 de noviembre



César Sabroso y Steve Kazanjian, CEO de Promax

En un ameno, ágil y colorido encuentro con cena incluida en Ball & Chain de Miami, Promax Latino anunció nominados para la próxima edición de la entrega de los premios a las producciones y publicidades televisivas, que se conocerán online el 14 de noviembre.

La introducción fue del presidente & CEO de esta organización sin fines de lucro, Steve Kazanjian, con la coconducción de César Sabroso, SVP de Marketing y Comunicaciones Corporativas de A+E Networks.

Como siempre, Sabroso logró entusiasmar al público presente de los equipos de Univisión, Telemundo, HBO, Cisneros y Ole Communications, entre otros grupos con sede en Miami, que vitoreaban alegremente a candidatos en las más numerosas categorías. Los nominados también pertenecían a Turner, Disney y otros grupos de fuerte extracción de México, Argentina y Brasil.

Antes de eso, hicieron una presentación Alejandra Méndez y Tomás Carabal, donde

destacaron comerciales de excelencia bajo el slogan State-of-our-Art. Tenían en general mensajes de integración, no discriminación y en contra del machismo. Los más ingeniosos fueron los de Coca-Cola de Brasil y de Aero-méxico. El primero fue Esta Coca e Fanta, en alusión a una frase homofóbica que se usó mucho en ese país e incluyó una tirada especial de latas de Coca-Cola con Fanta adentro.

Y el segundo de la aerolínea que le daba un descuento especial a los estadounidenses que, por sus costumbres como comer nachos o tomar tequila, recibían un porcentaje de mexicanos pese a su reticencia inicial a ese país y terminaban contentos diciendo que viajarían allí.

A&E trae Narcos a Latinoamérica

Entrevista a Eric Newman, creador de la serie

Eric Newman, creador de la serie Narcos, habló del estreno de todas las temporadas en A&E para Latinoamérica con gran entusiasmo por volver a traer a escena la exitosa producción.

Newman habló del carácter fascinante de los personajes, donde no hay héroes sino personajes como pueden ser los líderes po-

pulistas, y que el éxito se sigue sosteniendo en la calidad del drama.

También dijo que en todos estos años no hubiera hecho las cosas de otra manera, si bien siempre se puede decir que pudo haber salido mejor, y que al mostrar a los narcotraficantes no buscan humanizarlos sino explicar que nadie nace malo.



Eric Newman

Atresmedia: Atrescine llega a izzi y DirecTV

Estará junto a Condista en el Hispanic TV Summit

Atresmedia Internacional cierra un año excelente en distribución en Latinoamérica, donde la última señal presentada al mercado, Atrescine, empezó a formar parte de la programación de DirecTV a nivel panregional y ya cerró acuerdo con izzi en México, y próximamente también estará en el OTT de Televisa, Blim.

Mar Martínez, directora de Atresmedia Internacional, estuvo en Jornadas Internacionales junto al equipo de MBA, que la distribuye en la región. 'Terminaremos el año

con un balance mejor de lo que esperábamos. Atrescine ganó recepción rápidamente, entramos en DirecTV en menos de un año y ahora sumamos a izzi; una excelente noticia ya que era importante ingresar en el mercado mexicano, junto con las demás propuestas del grupo', señaló la ejecutiva.

En Estados Unidos, cuenta con la representación de Condista. Afirmó Martínez: 'Ahora vamos al Hispanic Television Summit, donde estaremos con Condista que lleva muchos años apoyando el evento y cumple 20 años



JuanJo Licata, Eduardo Stigol de Inter Tuves, Fernanda Merodio, Matilde de Boshel, de MBA, y Mar Martínez de Atresmedia

desde su creación. Vamos a apoyar eso junto con su trabajo en ese país, que es un mercado muy competido, pero muy bueno y sobre todo para las señales en Español', concluyó.

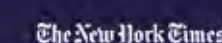
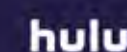


Atrévase a transmitir por Internet

Transmisión de video de calidad. En cualquier momento, en cualquier lugar.

Bitmovin es una empresa innovadora en soluciones de software de APIs basadas en la nube, que permite a los desarrolladores reproducir, codificar y analizar video sin problemas, en calidad broadcast, en cualquier lugar. La única limitación es su imaginación.

[Bitmovin.com/daretostream](https://bitmovin.com/daretostream)



Jornadas Internacionales: Evolucionar en tiempo de crisis



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

ATVC y Cappsa realizaron en Buenos Aires la 29ª edición de Jornadas Internacionales que, pese al contexto político y económico por demás complejo en Argentina, logró convocar a los clientes clave del país y del resto de la región, con gran movimiento y una integración total entre la expo comercial y el lobby del Hilton.

Estuvieron los grandes jugadores del mercado como Telecom, DirecTV, Telecentro, Supercanal y Telefónica, pero también las asociaciones Red Intercable, Catel y hasta las empresas de Uruguay, Paraguay, Perú y Bolivia se hicieron presentes.

El acto inaugural contó con la participación del jefe de gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, **Horacio Rodríguez Larreta**. Lo acompañaron la presidenta del **Enacom**, **Silvana Giudici**; el secretario de gobierno de modernización, **Andrés Ibarra**; y los presidentes de **Cappsa** y **ATVC**, **Sergio Veiga** y **Walter Burzaco**.

Sergio Veiga se refirió a la transformación en los hábitos de consumo de contenidos y con ellos la evolución de la tecnología, y dijo que el desafío es dar respuesta en tiempo y forma a estas nuevas demandas. 'Los programadores y distribuidores de contenidos estamos haciendo grandes esfuerzos y desarrollos para llevar el contenido a todos lados', resumió.

Por su parte, el presidente de ATVC, dijo que la TV paga no ha cesado el compromiso social y el desarrollo y que el sector ha evolucionado e invertido. 'Esta edición de Jornadas nos encuentra en medio de la convergencia; ofreciendo contenidos propios y ampliando

las redes para llegar a todos los pueblos'.

Andrés Ibarra se refirió a la creación de la agenda digital, con los distintos proyectos de innovación y la reducción de la brecha digital, con avances en banda ancha fija, agregando 2 millones a los 6,8 millones existentes cuando asumió el gobierno de Mauricio Macri. 'Aumentó la velocidad, de 4,5 Mbps a cerca de 20 Mbps y 2500 localidades

conectadas, así como 15.000 Kms de rutas con conectividad. La empresa estatal **Arsat** llevó a más 30.000 Kms de fibra óptica iluminados los 6500 que había al comienzo de nuestro mandato, y 3.600 escuelas rurales conectadas y despliegue en localidades en zonas de montaña y periféricas', completó.

'Hace pocos días anunciamos la reducción y pesificación del precio mayorista de la banda ancha y congelamiento hasta enero, así como la licitación de la banda de 450 MHz, espectro destinado a zonas rurales en 50 áreas y avanzamos en licitar el espectro que tenía **Arsat**, para que el plan de comunicaciones tenga sustentabilidad. También se han generado aportes no reembolsables para la inversión en localidades no rentables, para lograr la co-



Sergio Canavese y Claudio Isolani, de Discovery Networks, con Jorge Vargas, de Econocable



Diego Torregrosa de Frida, Gonzalo Arrisueño y Gustavo Castro de MovistarTV, Marcelo Bresca, de Frida

nectividad y buenos servicios de las empresas que ofrecen los servicios.

DirecTV y Telecom

Manuel Abelleyra, presidente de **DirecTV Latin America**, y **Carlos Moltini**, CEO de **Telecom Argentina**, compartieron sus diferentes situaciones y opinaron sobre el futuro de la industria en un panel moderado por la periodista **Silvia Naishtat**.

Sobre la coyuntura actual del país, Abelleyra dijo que la economía ha estado complicada en toda la región y que tuvieron que adaptarse a lo que los consumidores podían pagar. En su caso, la deuda la asume la empresa matriz, AT&T desde Estados Unidos, por lo que el problema de la moneda no termina siendo crucial aunque sí encuentran una pesada carga impositiva que es perjudicial para el negocio.

El desafío principal está en permanecer



Jorge Di Blasio, y Lucio Gamaleri, de Red Intercable y Carlos Moltini y Roberto Nobile (centro), de Telecom



Miguel Clutterbuck, de Artear, y Daniel De Simone, de Millicom



Joel Barradas, de HBO; Sebastián Pierri, de Telecentro; y Tony Salanova, de IVC

competitivos y para eso la empresa ha invertido en diferentes estrategias. Una de ellas fue la implementación del servicio prepago para los estratos económicos más bajos, aunque es un negocio muy volátil porque estos segmentos sufren mucho la inflación con una pérdida del poder adquisitivo.

Otro recurso de DirecTV ha sido la apuesta a los deportes en todas las plataformas, sobre todo con el fútbol local. 'Adaptarse al consumidor y dar más alternativas de visualización', remarcó el ejecutivo.

Carlos Moltini compartió el panorama del grupo Telecom. Dijo que después de la fusión, en el primer trimestre del 2018, se anunció un plan de inversión de USD 5000 millones distribuidos en tres años para ser líder en revenue share y market share. Luego, con el devenir de la realidad económica del país, ese plan se vio afectado y se terminó invirtiendo USD 1350 millones en 2018 en la compra de equipamiento en la primera mitad del año. Este año lo que iba a ser 1700 millones apenas será de 900 millones.

Es decir, que el problema macro ha afectado al desarrollo de la infraestructura necesaria para contener la creciente demanda de ancho de banda por parte de los consumidores. Coincidió con su par respecto a las cuestiones impositivas y habló de las asimetrías con los operadores OTT, remarcando que usan y estresan una red que requiere de constantes inversiones millonarias para dar soporte a sus contenidos cada vez con mayor definición, y por otra parte, no tienen las mismas obligaciones impositivas ni regulatorias que



Alejo Smirnoff y Carlos Granzotto de Gigared

los operadores.

Nuevos retos del sector TIC

En el panel sobre los nuevos retos del sector TIC, con la participación de los consultores **Ismael Saldivia** y **Sonia Agnese** y el gerente de Mobile y Store de Telecom, **Gastón Molina**. Los ejecutivos destacaron las asimetrías de las industrias locales respecto de las empresas de escala global, tanto en lo que respecta a inversión en infraestructura como a la parte impositiva. Además, coincidieron en la importancia de contar con reglas claras, estables y justas para todos como elemento sustancial para crecer.

Gastón Molina, de Telecom, describió el proceso de creación y evolución de Flow, que busca dar una experiencia transparente al usuario. Dijo que la plataforma se lanzó en 2016 y desde entonces ha tenido un crecimiento mayor al esperado. En 2018 se realizó el cambio de interfaz de usuario y ya en 2019 la cifra de usuarios alcanzó 1,5 millones, donde 700.000 cuentan con el Set-Top-Box.

El uso del VOD creció sustancialmente desde que se lanzó Flow y la mayoría de los usuarios aprovechan las funcionalidades avanzadas,



Ariel Droyesky, de Bold, y Marcelo Juarez, de Supercanal

como el catch-up TV. Los eventos deportivos son un gran driver del consumo, sobre todo cuando se transmite en vivo durante horarios en que los usuarios están fuera de sus hogares.

Los desafíos que enfrentaron y los que tratan de vencer con la innovación son: la fragmentación del contenido, a lo que se dio respuesta integrando todos los servicios posibles entre ellos Netflix y YouTube. Lo que viene es la búsqueda integrada de todos los títulos en una misma pantalla sin importar a qué plataforma pertenezcan.

Otro desafío es el usuario multitasking, que realiza diferentes actividades en simultáneo. Para esto Flow buscó dar una experiencia aumentada, con contenido complementario como estadísticas, tribias y la integración de radio y música.

Y por último, la personalización del contenido que se enfrenta con un segmento kids y la oferta personalizada en base a las preferencias del usuario, algo que se está desarrollando.

'Para el futuro, buscamos consolidarnos como los curadores de contenidos para el cliente, integrando nuevos players y aunando todo en una única experiencia. Seremos un super agregador de contenido', concluyó.

Smithsonian Channel lleva coproducciones locales a las audiencias globales

En el marco de Jornadas Internacionales, **Smithsonian Channel** presentó su primera coproducción con el canal digital público de Argentina, **Encuentro**, y anunció nuevos proyectos en Chile, Brasil y México, como parte de su estrategia de crecimiento en Latinoamérica.

La serie rodada en Argentina se titula **Clorofila** e indaga en el mundo de las plantas, con la conducción de la actriz argentino-brasileña **Ailin Salas**. 'Clorofila que es una exquisita serie sobre plantas. Llevaremos este contenido afuera del país y a través de todo el continente a una amplia audiencia', dijo **David Royle**, EVP y director de programación de Smithsonian Channel.

'Este es un paso muy importante para nosotros porque hemos asumido un gran compromiso el año pasado para incrementar la can-

tidad de producciones que hacemos en Latinoamérica y para identificar y trabajar con el talento en el área. Creemos que aporta mucho para el crecimiento del canal', agregó.

Para los próximos meses, confirmó un proyecto de coproducción en Chile, esta vez con una compañía del sector privado, para sumar al éxito de la serie sobre los Andes, que fue nominada a dos Emmys. 'Estamos abiertos a trabajar tanto con las emisoras públicas como privadas', remarcó. Además, ya completó producciones en Brasil, y en México acaba de presentar un show de vida salvaje.



Carolina Cordero, de Cont.ar, y David Royle, de Smithsonian

Turner Latin America cumple un año con la estrategia de coliderazgo

Cada vez más protagonista en todos los países

‘Se cumplió el primer año de coliderazgo en la región y estamos muy contentos con los resultados’, expresaron en Jornadas, **Juan Carlos Balassanian** y **Gustavo Minaker**, sobre su rol compartido al mando de la distribución de **Turner** en Latinoamérica.

‘Es una forma efectiva e innovadora de interacción regional, en la que hemos sumado 40 años de experiencia en el mercado. Lo llamamos *One Distribution Team* y creemos que, con cuatro ojos y sentido común, se puede tener una mejor forma de atacar los análisis para un negocio de esta magnitud’. Remarcaron que la estrategia funciona gracias al enorme apoyo de **Whit Richardson**, y que la fórmula ya se está replicando en Estados Unidos.

‘Esta decisión vino acompañada del crecimiento exponencial a partir del lanzamiento de **TNT Sports** en Argentina, de **CDF** en Chile y el relanzamiento de deportes en Brasil, más todo lo que estamos haciendo en México y en Colombia.

Destacaron sobre la TV paga. ‘El negocio digital ya está incluido en nuestra industria, hay muchos clientes que son nativos OTT y el desafío está en la reinversión. Pero lo bueno es que en el ambiente se acabó el miedo a **Netflix**; ya nadie pregunta cuánto vamos a durar y no se trata de administrar la decadencia, sino de saber a dónde se apunta, qué le gusta al fanático y hacer alianzas para llegar a eso’.

Y remarcaron: ‘No vamos a descuidar ninguna de las patas de nuestro negocio, esa es nuestra mirada del co-driving. Algunas son lineales y otras digitales, pero no perderemos ninguna. Abandonar lo lineal hubiera sido un error; hoy tenemos **CNN** en noticias, **CN** en contenido infantil o **TNT** en series y películas entre las señales multicountries más vistas y creciendo’.

Producciones originales y deportes

Sobre las prioridades de cara al futuro, afirmaron: ‘Seguiremos con las coproducciones



Juan Carlos Balassanian y Gustavo Minaker

turner

originales impulsados con el hub de **Tomás Yankelevich**, buscaremos ser líderes en deportes, mantenernos en transformación continua y tener una sexta señal entre las diez más vistas de la región’.

‘Estamos abiertos a cualquier otra oportunidad de contenidos en Latinoamérica y esperamos sumar otra liga de fútbol adicional. Eso además de invertir en nuevos proyectos en el laboratorio de ideas. Brasil y México tienen un potencial enorme en digital y nuevas puertas que se abren son negocios en un mes.

BBC World News lanza su señal en HD en Latinoamérica

Como parte de su estrategia de crecimiento global, **BBC World News** está lanzando su señal HD en Latinoamérica, empezando por Chile, donde está disponible desde enero de este año en **VTR**.

Después de Chile, se vienen otros mercados como Brasil, donde está en conversaciones con **Sky** y **Claro**, y a nivel regional, vendrán **Millicom** y **Telefónica**. **Chris Davies**, EVP Marketing & Distribution en BBC Global News, estuvo en Jornadas Internacionales, donde destacó la importancia de esta iniciativa para el grupo.

‘Una de las grandes cosas que hemos hecho particularmente en Latinoamérica es el lanzamiento del canal HD. Es el primero de todos los canales de noticias en ir a HD en la

región, y significó una gran inversión para nosotros’, dijo.

Además, en estos días presentó la nueva imagen del canal, que fue rediseñado completamente. ‘Todas las audiencias globalmente lo verán; se ha refrescado la imagen, que ahora se ve más moderna y dinámica’, completó.

Distribución

‘Tenemos un buen nivel de distribución en Latinoamérica. Creo que es una gran oportunidad seguir creciendo en este mercado porque el negocio de TV paga sigue en alza, y también se está moviendo al OTT, lo que representa una oportunidad’, explicó Davies.

‘Los géneros de noticias y deportes todavía



Chris Davies, de BBC WN y Miguel Torres-Bohl, de Castalia

son muy resilientes con la TV en vivo. Cuando ocurren las noticias, las personas quieren encontrarlas en la televisión y verlas justo ahí, algo que para nosotros es bueno. El OTT es una oportunidad para incrementar la audiencia y también para llegar a más gente de diferentes maneras. Algunos mercados pueden estar más adelantados en este aspecto, como Estados Unidos o Japón, que se mueven más rápido, pero Latinoamérica está avanzando muy bien’, destacó el ejecutivo.



LAS SUPERPRODUCCIONES
MÁS ESPECTACULARES
ESTÁN EN

PLAY ON DEMAND

A + E
NETWORKS™
LATIN AMERICA

OUR WORLD IN PERSPECTIVE



HERMOSILLO, MEXICO



GEVGELIJA, MACEDONIA



RAS JDIR, TUNISIA



MÁLAGA, SPAIN

With journalists and bureaus in over 150 countries, we strive to reach people and their stories no matter who or where they are to provide a full global picture of news events.

Offer your customers award-winning news content from Al Jazeera. Contact us at distribution@aljazeera.net

Aljazeera.com



ALJAZEERA

NexTV Series México 2019: OTT, TV Everywhere y UX

El constante crecimiento de plataformas OTT y la diversificación de formas en que se consumen una mayor oferta de contenidos de video, fueron algunos de los principales temas de análisis y discusión durante la primera jornada de NexTV Series México 2019, que realizó Dataxis en CDMX el 8 y 9 de octubre.

Los expertos coincidieron en que con el objetivo de lograr un mayor apego de los usuarios, se deberá pensar también en mejorar la experiencia del usuario. 'Ya tenemos muchísimas aplicaciones OTT en los principales dispositivos y ahora también en set-top-boxes, sticks, smartTV. Pero la diferencia entre la misma app pero en distintos dispositivos, tiende a cambiar mucho. La experiencia del usuario se debe unificar, las aplicaciones y los servicios se tienen que optimizar', consideró **Jonathan Virgen**, jefe de OTT de

Dish México.

'Hay muchas cosas de debemos aprender de las OTT. El cambio ha sido difícil para el cableoperador tradicional, es entrar a un negocio, consumo y edades distintas. Hay que ver el dinamismo que tienen las OTT. En ello debemos evolucionar los cableoperadores, en mejorar la experiencia del usuario', agregó el ejecutivo.

En el análisis "La TV abierta en la era OTT", **Ramón García**, director de Marketing y Servicio al Cliente de **Blim TV**, señaló: 'Estamos enfocados en el usuario, en siempre estar con él en cualquier momento. Nuestra propuesta de valor es ofrecer un TV everywhere, es lo que realmente nos va a llevar a un cambio y a una evolución de la TV hoy'.

Coincidiendo, **Emilio Allaga**, VP de **Azteca Digital**, mencionó: 'El mercado se está complementando, porque hay opciones para los diferentes usuarios. De manera similar también hicimos una especie de TV Everywhere, ya que pusimos las cuatro cadenas de TV que tenemos en TV Azteca gratis y en vivo. Nos enfocamos mucho en el usuario y creemos que la opción de ofrecer todo en un solo lugar y de manera organizada, entrega una experiencia muy rica para el usuario'.

Por su parte, **Armando Casas**, director general de **Canal 22**, adelantó el próximo lanzamiento de una OTT de medios públicos: 'Ya hay un acercamiento con una plataforma llamada **MXplay**, pero queremos fortalecerla, porque es aún muy incipiente. Hay una red de televisoras públicas que estarían integradas en esta plataforma'.

En el panel "Móviles, video y OTT", ejecutivos de **AT&T**, **MOG Technologies** y **Mediapro** destacaron la versatilidad de opciones y crecimiento que están teniendo la cobertura, distribución de señales y opciones efectivas de portabilidad de aplicaciones en

Por Vladimir Martínez, corresponsal en México



Emilio Allaga, de Azteca Digital; Ramón García, de Blim TV; Mario Asain Díaz, de MediaKind; y Armando Casas, de Canal 22

teléfonos móviles.

'El móvil será el único dispositivo para consumir contenidos, para pagar, para lo que sea', destacó **Xavier Martorell**, director general de Servicios Digitales B2C & BI y Responsable de Movistar Play de **Telefónica México**.

La segunda jornada, este miércoles 9 de octubre, contará con temas como TV paga, streaming, integración OTT, ATSC 3.0 y estrategias de monetización de servicios OTT, entre muchos otros.

Implementación de 4K

Jossi Fresco, jefe regional de ventas para Latinoamérica de **Verizon Media Platform**, expresó: 'El 4K ya es una realidad en Estados Unidos. El problema con el 4K es el ancho de banda que requiere y también necesita un televisor 4K donde se pueda ver, y enviar 4K a un dispositivo móvil no tiene sentido. En América Latina se realizó una transmisión en Brasil, pero con el sponsor de Samsung'.

Rommel Valencia, director digital de **Multimedios TV**, agregó: 'Aunque el 4K ya es una realidad, hay que tomar en consideración dos cosas: infraestructura y oferta de contenidos. Hace tres años que se empezó a manejar el tema, los costos para conseguir un equipo de TV en 4K era muy alto; hoy en día por una cuarta parte se pueden adquirir'.

'Pero el contenido sigue siendo el principal reto; aunque ya hay una oferta considerable, hay un camino largo por recorrer. Además, en la parte de conectividad, el ancho de banda en México y Latinoamérica no alcanza para dotar TV lineal en 4K aún'.

Mirada: La curación artesanal gana terreno en la TV

Por Carlos Yañez, Director Editorial



En **Mirada** siempre hemos creído en el valor que aporta la curación artesanal a las plataformas de TV. Pero durante los últimos años, la industria se obnubiló por las recomendaciones personalizadas gracias a los algoritmos, relegando la intervención humana a algo del pasado. Esto, siguiendo los pasos que marcaba el gran disruptor: Netflix. Muchos suscriptores, sin embargo, tienen serios problemas para encontrar contenidos de su agrado de una manera rápida y sencilla.



un cambio drástico en la estrategia editorial de una las empresas que más ha apostado por la hiperpersonalización.

Solo unos días antes, HBO lanzó en Estados Unidos el portal 'Recommended by Humans', una nueva herramienta de recomendación de contenidos, realizadas por humanos, diseñada para ayudarte a descubrir tu próximo show favorito de HBO. Con más de 50 episodios, películas y documentales gratuitos de HBO, la herramienta da voz a los verdaderos fanáticos de HBO que recomiendan sus programas favoritos.

Cambio de tendencia

A finales de agosto, se conoció que Netflix estaba probando una nueva manera de recomendar películas y series a sus clientes. La funcionalidad **Colecciones** (en fase de pruebas en dispositivos iOS) consiste en agrupaciones temáticas de contenidos seleccionados por expertos. De concretarse, sería

Qué dicen los datos

Analicemos los datos de consumo en uno de los clientes a los que Mirada presta servicios editoriales. El 21 de agosto se viralizó que la saga **Matrix** va a tener una cuarta parte. En ese mismo momento, comprobamos que teníamos

la primera parte de la franquicia, diseñamos una imagen y publicamos el contenido en un espacio destacado de la plataforma. Durante esa semana, la película se consumió un 640% más que en el periodo anterior.

El 24 de julio, falleció el actor holandés **Rutger Hauer** (*Blade Runner*). Detectamos la noticia, verificamos la disponibilidad de la película, creamos una imagen ad hoc y ubicamos el título en un lugar de honor del servicio. Esa semana, la película se consumió un 1050% más que en el periodo anterior.

Estos ejemplos refuerzan la visión de Mirada: no hay que elegir entre recomendaciones de algoritmos y recomendaciones de humanos. Hay que combinarlas. Al menos, hasta que los algoritmos sean capaces de hacer lo que hacen las personas.



José Luis Rivero, de Alpha; y Jonathan Virgen, de Dish Mexico



Rommel Valencia de MultimediosTV; Logan Candia de Canal 22; Jossi Fresco de Verizon; y Andrés Nieto de Claro Sports

mirada 

Nextv | LATIN AMERICA
CEO

- The Biltmore Hotel, Miami
- 5/6 noviembre

REÚNETE CON NOSOTROS EN MIAMI

DESCUBRE NUESTRO IRIS CUSTOM LAUNCHER PARA androidtv **NEW!**

Recrea la experiencia Iris, ágil e intuitiva, ahora también en decodificadores Android

Disfruta de todos los beneficios del ecosistema Android, así como del acceso a apps de terceros

DEL CAOS AL ORDEN: EL PODER DEL OPERADOR FRENTE A LA FRAGMENTACIÓN DE CONTENIDOS

5 noviembre - 15:10h

José Luis Vázquez - CEO Mirada 

NexTV CEO Latin America 2019

La TV multiplataforma desde todos los ángulos



Ariel Barlaro, de Dataxis; Eduardo Stigol, de Inter/TuVes; y Bruno Pruneda, de Star TV en 2018



America, entre otras. Además, las cadenas de televisión abierta más importantes de Latinoamérica tendrán en algunos casos a sus gerentes técnicos y en otros a sus programadores o encargados de

llevar el contenido a múltiples plataformas. Entre ellos, se destacan Mega y TVN de Chile, América TV de Perú, TV Azteca y Televisa de México, y Caracol TV de Colombia.

NexTV CEO Latin America vuelve al Biltmore Hotel Coral Gables de Miami el 5 y 6 de noviembre para reunir a los principales CEOs y CTOs de las empresas de TV paga, programación y tecnología de toda la región. En línea con los temas de discusión de los últimos años, los especialistas compartirán sus experiencias y puntos de vista sobre el presente y futuro de la transmisión de contenidos audiovisuales, multiplataforma y el streaming en vivo.

Como es característico de las convenciones de Dataxis de Ariel Barlaro, en los paneles habrá representantes de las diferentes áreas que integran la industria de la televisión. Por el lado de los cableoperadores y telcos, estarán TCC, Montecable de Uruguay, Multiplay Telecom de Brasil, Digicel Group, ICE de Costa Rica, Telefónica y Dish México.

Las señales que estarán representadas esta vez, son A+E Networks, Sony Pictures Television, Viacom International Media Networks, Cisneros Media, Claxson y HBO Latin



Raul Aldrey, de MediaKind, y Carlos Blanco, de Dataxis



Cristian Cartagena, de Telemedellín; Gerardo López Gallo, de Televisa; Guillermo Sierra, de HITN; Raúl Domínguez, de TCS Digital; Yuval Zukerman, Brightcove; y Borja Pérez, de NBCUniversal

En la parte técnica, los temas protagonistas serán ATSC 3.0 para VOD & OTT, monetización del contenido y publicidad dirigida, como diferentes modelos de catch up para los broadcasters. También en tecnología, se hablará sobre los set-top-boxes y los nuevos dispositivos de transmisión y la llegada de la Internet de las Cosas.

Además, se discutirá sobre el futuro del negocio de la televisión y las telcos, cómo responderán las plataformas DTH, IPTV y OTT; la actualización de las redes para ofrecer servicios de video y las ventajas de la movilidad.

El Streaming en vivo será uno de los principales temas que preocupan a las empresas con proveedores de tecnología y plataformas OTT. Se indagará en la posibilidad de transmitir en vivo sin latencia, y en la importancia de las métricas en audiencias y visualización, así como la producción de calidad contra los videos de bajo costo.



Esteban Borrás, de Claxson; Hugo Cosentino, de San Luis CTV; Rodrigo Aliaga Prado, de Digital TV Cable; Rohit Mehra, de Nagra; y Ananías Escamilo, de Cablevisión Perú



Alfonso De Anda, de iKabron; Gonzalo Fiure, de Fox; José Daniel Gómez, de DirecTV Colombia; José Gonzalo Gómez, Francisco Smith, de HBO LA; y Paul Ragland, de Irdeto

toolbox GO



TURN YOUR BUSINESS INTO AN OTT. IT'S SIMPLE, QUICK AND AFFORDABLE



All your traditional TV offer in your own apps and multi-device platforms with Live & VoD content.

Your business continues anywhere, anytime.

We deliver speed... Let's go!

toolbox

toolboxtve.com

Toolbox renueva su Network Operations Center en Montevideo

Toolbox apuesta a la solidez de la industria OTT desde sus oficinas en Uruguay, donde supervisa y monitorea la actividad 24/7 con su renovado Network Operations Center (NOC), que brinda atención personalizada y con la última tecnología, a las necesidades de sus clientes en el mantenimiento de sus plataformas y sus conexiones con sistemas de terceros.

El nuevo NOC de Montevideo funciona como un centro de monitoreo continuo de las plataformas, asegurando el seguimiento y control del negocio. Una supervisión preventiva ante servicios críticos que requieren la mayor dedicación.

Toolbox lleva una larga trayectoria interconectando sistemas de terceros: ha superado la cifra de 200 partners integrados. Asiste y facilita los negocios entre los distintos players de la industria OTT y de TVE. Una red de este calibre, requiere mayor infraestructura, personal y sistemas de monitoreo de avanzada que permitan controlar de cerca dichas integraciones,



generando la mejor calidad de servicio entre sus clientes y las compañías en las que ellos confían, un tema no menor que Toolbox tiene resuelto y completamente actualizado.

Quienes confían en Toolbox, se ven beneficiados con un seguimiento proactivo a sus plataformas y apps, que se anticipa a cualquier posible contingencia que pudiera suceder con las conexiones de sistemas externos, manteniendo todo negocio bajo control.

Mauro Peluso, Co-Founder de Toolbox, dijo: 'Nuestra prioridad es adelantarnos y actuar en nombre de nuestros clientes. Trabajar con los terceros integrados es clave para evitar potenciales outages. En nuestro NOC trabajamos monitoreando proactivamente nuestros servicios y los de los terceros integrados para asegurarnos que estén funcionando correctamente, y en caso de detectar fallas, proponer soluciones de ajuste inmediato'.

La ampliación de la base de control de la sede de Toolbox en Uruguay se complementa con el crecimiento de su staff me-



Mauro Peluso, Co-Founder de Toolbox

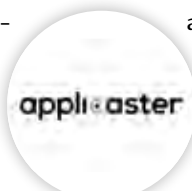
dante la incorporación de nuevos talentos, profesionales altamente capacitados que supervisan la infraestructura (servidores, redes y data center).

'Desde aquí se ofrece soporte a nuestros clientes 24/7 los 365 días del año, se prioriza y resuelve cualquier issue detectado para mantener el cumplimiento de SLA comprometido con cada uno de ellos', resumió Peluso.

Applicaster presentó ZAPP para las empresas de medios

Applicaster fue una de las empresas que se destacó dentro del hall de Content Creation de IBC, donde además lanzó la app oficial de la Conmebol para la Copa América de Brasil.

Laura Tapias, general manager España y Latam de Applicaster, destacó el lanzamiento de ZAPP, una herramienta que permite a los medios trabajar en multiplataformas o multiapps. ZAPP permite tener total control de sus propiedades digitales y que no queden estáticas, con promoción de contenidos o cambio del look & feel de la programación, sin necesidad de llamar



a un ingeniero y en formato nativo.

Esto en lo que se ve en pantalla pero en el backend también permite tener las actualizaciones para tomar decisiones. Tapias destacó que con una plataforma estable, cada

parte puede gestionar sus aplicaciones como ellos quieran, uno contenidos de pago, cambiar content manager o añadir usuario de analítica con total uniformidad. En IBC, se entró en contacto también con muchas compañías nuevas. La ejecutiva estará presente en NexTV México y en NexTV CEOs mostrará varios casos de éxito, como el de Televisa Deportes, ahora TDN.



Laura Tapias de Applicaster y Danilo Bautista de Broadcast Depot

28° | EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL PROFESIONAL

CONFERENCIAS · WORKSHOPS · MESAS REDONDAS · MASTER CLASSES · DEMOS DE AUDIO

CAPER 2019

BROADCAST · CABLE · SATÉLITE · CINE · ILUMINACIÓN · AUDIO

AGENDATE

29 OCT - 01 NOV
→ CONFERENCIAS

30 OCT - 01 NOV
→ EXPOSICIÓN

BUENOS AIRES · ARGENTINA

+ 450
MARCAS
INTERNACIONALES

+ 6400
PROFESIONALES
DE TODO EL MUNDO

+ 90
ACTIVIDADES
EN PARALELO



→ consultas@caper.org → www.caper.org

Bitmovin permite lanzar nuevos servicios fácilmente

Gran éxito tuvo el stand de **Bitmovin** en la IBC de Ámsterdam, que estuvo siempre lleno y su director para la región **Tom McCarthy** tuvo varias citas. Mientras tanto, el equipo para la región sigue creciendo con **Julián Piccoli**, y presentó novedades como una solución de archivo.

Las soluciones de su core business hacen eficientes los nuevos servicios de la industria



de video, pudiendo ofrecer streaming cuando no hay ancho de banda suficiente y con ofertas accesibles y modelos OPEX que permiten que la inversión inicial no sea tan importante para ponerse en carrera y crecer mientras ya registran ingresos.

En NexTV México destacará su solución en la nube de manera rápida y fácil para lanzar los nuevos servicios.



Tom McCarthy en IBC, con Julián Piccoli y Raul Vecchione

Mediakind duplicó su tamaño en la región

Raúl Aldrey, promovido como nuevo CMO de **Mediakind** incluyendo responsabilidades de marketing, destacó la actualidad en Latinoamérica a un año del lanzamiento de la marca –ex división de **Ericsson**– en la región, donde pudo abrir un espacio y duplicar el tamaño de la compañía. Ya tiene 40 personas para la región, está invirtiendo mucho en ella y tiene un buen nuevo caso de éxito con **RecordTV** de Brasil para los Juegos Panamericanos con el receptor **RX8200**.

'Creamos soluciones aéreas, consolidamos nuestra historia y damos ahora un mensaje desde el punto de vista del cliente, con una fortaleza en la integración end to end. Todo ese movimiento se vio reflejado en su stand único en IBC con el hall 4 propio. Allí realizaron los mejores demos sobre una



car-racing en el que se podía jugar, pero iba acompañada por cámaras en vivo, con la ingesta, el procesamiento y el transcoding que podía verse en vivo o como eSports'.

Dijo que ahora están muy cerca de los operadores de Pay TV para que sean totalmente digitales formando una nueva generación, habilitar a los broadcasters en su transformación a IP, y ayudar también a los content providers a ir al direct to consumer.

Y todo eso puede hacerlo en la nube, por lo que habla de industrializar el *Broadcast Quality Media Stream*. Tiene alianzas y desarrollos iguales con los líderes **Microsoft Azure**, **Google** y **AWS** para una relación activa con los tier 1 de manera agnóstica.

Estuvo hablando de todo eso en NexTV México, en particular de la transformación a



Raúl Aldrey con el Car Racing del stand en IBC

IP para los broadcasters y la implementación de su arquitectura cloud nativa.

Agregó que hay clientes que ya quieren utilizar sus servicios como un private cloud, si hacen streaming de muchos canales. Pero para eventos en vivo o e-sports, tiene más sentido usar la nube con un despliegue que se puede hacer en horas, en lugar de hacer toda la inversión.

Verizon apuesta al futuro

En **Verizon**, el head de Video Product Management **Darren Lepke** dijo que su trabajo es hacer que la experiencia de un usuario OTT sea igual al de un televidente tradicional.

Luego se puede mejorar con los algoritmos, la IA y todas las nuevas modalidades, pero primero es necesario



conseguir ese objetivo. Por eso también tiene alianzas con su red propia con **Microsoft Azure** y muchos CDNs para la gran migración a IP. Se trata de cómo se construye el futuro para el largo plazo, con nuevas capacidades multiCDN y de ad insertion para una monetización efectiva.



Darren Lepke



Descubra cómo automatizar el ciclo de vida completo de la media

Conozca la plataforma **VSNEplorer** para gestión de la media y orquestación de flujos de trabajo. Experimente el verdadero poder de la automatización



Potentes módulos
MAM, PAM, BPM & BI



Múltiples
Integraciones



Listo para entornos
Cloud (HTML5)

Plataforma VSNEplorer

Reinventando la gestión de media y flujos de trabajo. Ahora con herramientas de Inteligencia Artificial y un nuevo editor de BPs para crear y modificar los flujos de trabajo.



La satisfacción de nuestros clientes es nuestra prioridad principal

¿Hablamos?

vsn-tv.com/contacto

TecnoTelevisión & Radio reúne a la industria Broadcast de Colombia

TecnoTelevisión & Radio vuelve una vez más al centro Corferias de Bogotá para reunir a los fabricantes y distribuidores de tecnología para Broadcast más importantes junto a productores y directores de medios televisivos, radiales y cinematográficos.

Verónica Marín, Project Manager de TecnoTelevisión & Radio, dijo: 'Esta dinámica de los privados, que hace unos años producían telenovelas, seriados, comedias, concursos, y realizaban transmisiones de eventos especiales y espectáculos en vivo, se ha reducido a hacer máximo seis grandes producciones al año'.

'La industria de la televisión colombiana se considera creativamente una de las más destacadas a nivel latinoamericano. En el ámbito de la producción pasa por un momento crucial en el que confluyen la hegemonía de los dos canales privados, que han bajado la calidad de su programación, con la penetración de Netflix que en 2019 ya llegó al 15% de

los hogares colombianos, representados en 2 millones de usuarios'.

Richard Santa, coordinador académico del congreso TecnoTelevisión, comentó: 'Aparte de los obvios problemas de Venezuela y la aniquilación de su producción internacional, y de la crisis política brasileña que se refleja en la baja de la pauta comercial y por lo tanto en el recorte de los presupuestos para las grandes producciones, Argentina ha perdido impulso y originalidad gracias a la venta de Telefe, el principal canal de televisión abierta del país, que fue adquirido por el gigante norteamericano Viacom en 2016'.

Según Marín, a pesar del panorama macro de la industria televisiva en el país, no hay que olvidarse de la propagación de compañías especializadas en producción de comerciales o de aquellas que prestan servicios de post producción, alquiler de equipos y de estudios, todas estas, activas y en crecimiento, gracias



La inauguración de TecnoTV 2018 con Terry Friesenborg, de Avixa; David Labuskes, de Avixa; Max Jaramillo, revista AVI y TV & Video; Martín Saúl, de Avixa y Rodrigo Casassus Coke, de Avixa

a la demanda de las nuevas plataformas digitales que centran, en gran porcentaje, sus contenidos en el video.

Este boom ha abierto el panorama en los últimos años, y gracias a las nuevas tecnologías, es posible que Colombia sea un campo muy fértil para la proliferación de jóvenes directores, productores y técnicos que hoy triunfan en ámbitos internacionales.

4K & HEVC INTERNET TRANSPORT SOLUTIONS

9992-ENC-4K-HEVC & 9992-DEC-4K-HEVC SAFELINK GATEWAY

4K HDR openGear

USE THE INTERNET AS A CONTRIBUTION LINK AND REDUCE YOUR COSTS!

RIST
RELIABLE INTERNET STREAM TRANSPORT

COBALT DIGITAL ENGINEERING BEYOND THE SIGNAL™

Cobalt Digital offers Internet transport solutions for SDI, ASI, TS over IP, and even BTS over IP signals. Signals are transmitted using RIST, which is an industry standard rather than a proprietary protocol. RIST is available on all Cobalt encoders and decoders and as a gateway for your current devices.

THE NATIONAL ACADEMY OF TELEVISION ARTS & SCIENCES

2018 Technology and Engineering Emmy® Recipient

+1 217 344 1243
sales@cobaltdigital.com
cobaltdigital.com

COBALT

LET'S TALK AUTOMATION!

- MASTER CONTROL PLAYOUT
- NEWS PRODUCTION AUTOMATION
- INTEGRATED CHANNEL PLAYOUT
- HYBRID CLOUD, IP & SDI, ON-AIR & OTT

VISIT AVECO AT THE TWO UPCOMING MEDIA, ENTERTAINMENT & TECHNOLOGY SHOWS:

2019 Innovation Awards Shortlisted

MEET AVECO, A TOP 3 FINALIST!

IBC - Hall 3, B67

Come see Aveco at SET EXPO 2019

São Paulo, Brazil
27 - 29 Aug

Lineup's booth D#111/112

www.aveco.com

Bitcentral: Alianza con Videoelec en Colombia

Bitcentral anunció un acuerdo con el integrador y distribuidor Videoelec para su representación en Colombia, donde trabajarán en conjunto desde la sede de la marca para Latinoamérica, ubicada en Ciudad de México, desde donde maneja operaciones de desarrollo, entrenamiento y soporte.

Videoelec Colombia tiene una trayectoria de 28 años en el mercado audiovisual. Es experta en la promoción e implementación



de soluciones integrales para el mercado de generadores de contenido para TV, cine, multimedia y audio profesional.

Israel Zamudio, gerente de ventas Latam de Bitcentral, comentó: 'Nuestra asociación con Videoelec nos permitirá tener un mejor alcance con la región, sobre todo a un nivel más a detalle como lo es, la asesoría, la implementación, así como la atención de primera mano con nuestros clientes. Confiamos plenamente en



Jesus Lozano de Videoelec Israel Zamudio de bitcentral

Videoelec, es una empresa con gran trayectoria y reputación en Colombia'.

Cobalt Digital se presenta en NAB NY

Como parte de su presencia en los eventos del trade, Cobalt Digital confirmó que participará en la NAB, edición Nueva York, el 16 y 17 de octubre, donde demostrará sus soluciones end-to-end 12G-SDI para 4K y HDR, que también soportan SMPTE-2110/2022 y distribución OTT. Además, Cobalt anunció soporte para el próximo RIST Main Profile a través de su



amplia gama de soluciones para transporte. Luego de anunciar su encoder definido por software 9992-ENC-MPEG HEVC / MPEG2 / AVC, presenta ahora el nuevo 9992-DEC Series de HEVC / MPEG2 / AVC para marcos openGear. El nuevo decodificador soporta resoluciones hasta 4K y ofrece un complemento total de capacidades de decodificación de audio.



Chris Shaw, de Cobalt, en IBC

Comrex crece en Latinoamérica con distribuidores locales

Raul Hun, director de ventas para Latinoamérica en Comrex, se refirió al éxito de la marca en el mercado latinoamericano. Entre sus ventajas para la región, destacó el precio y la posibilidad de acceder a numerosas aplicaciones de manera gratuita.

'El usuario puede realizar un Broadcast remoto muy fácilmente sin tener que gastar dinero extra. Además, contar con distribuidores locales con la habilidad para reparar el equipo localmente es una gran ventaja', agregó.

Comrex presentó un nuevo rack de acceso



que puede conectarse a cinco sitios remotos al mismo tiempo a través de la tecnología AES67. 'Esto demuestra que somos líderes en la tecnología de codecs a nivel mundial. Siempre estamos buscando buenos productos a precios razonables con la mejor tecnología para una transmisión Broadcast confiable'.

También destaca OPAL, un portal web que permite realizar una entrevista en sitio remoto solo con abrir un link o URL en un navegador web y se obtiene audio bidireccional en el estudio. Además, permite contar



Raul Hun

con dos URL en el aire al mismo tiempo. 'Es una tecnología fantástica y como sólo requiere un browser, se hace muy accesible', afirmó Raul Hun.

AG-CX350

CÁMARA PANASONIC 4K
CON NDI® INTEGRADO



Panasonic
BUSINESS

AW-HE130

- FULLHD VIDEO OUTPUT
- 3G-SDI AND HDMI OUTPUT OPTIONS
- 3 MOS SENSORS

SOLUCIONES PROFESIONALES

DISTRIBUIDOR LATINOAMÉRICA



FUJINON

MK50-135MM T2.9

- CUBIERTAS FORMATO SUPER 35
- 3 X ENGRANAJES ESTÁNDAR 0.8 MOD
- SONY E MOUNT



AJA
VIDEO SYSTEMS

KI PRO GO

- GRABACIÓN H.264 MULTICANAL
- 4 ENTRADAS HDMI
- 4 PUERTOS DE MEDIOS DE GRABACIÓN USB



datavideo

ITC-300

- 8 CANALES DE COMUNICACIÓN
- CONEXIÓN RJ45
- CABLES DE HASTA 100 METROS



Canon

XA40

- ADMITE GRABACIÓN 4K 30P
- ZOOM ÓPTICO DE 20X
- SENSOR CMOS DE 1", 13.4MP

merlindistributor.com

Distribución Latinoamérica

BR - merlindistribuidora.com.br

BR - (19) 3741-4481

LATAM - merlindistributor.com

LATAM +1 (786) 290-4705 +1 (305) 809 0808

sales@merlindistributor.com

merlin

DISTRIBUIDOR

MERLINDISTRIBUIDOR

Panasonic
BUSINESS

NewTek

ARRI

Canon

datavideo

FUJINON

SENNHEISER

AJA
VIDEO SYSTEMS

Sony: Live IP y XDCam PXW2750

Lanzamiento en IBC

Sony como siempre fue protagonista en la IBC y por primera vez tuvo su conferencia de prensa de partida en su propio Hall 13 el viernes en el que empezaba la expo, armado como auditorio para una buena concurrencia de la prensa internacional.

Puso foco primero en su sistema integrado de producción Live IP, donde avanza en



ese campo con sus IP Control Rooms, cámaras IP 4K y Go IP Sistemas con 100 profesionales entrenados en IP.

También da impulso a sus Intelligent Media Services, como para que grupos como Turner ahorrraran el

70% de su tiempo de edición el año pasado, y la solución de producción virtual. Y final-



La PXW2750 de Sony, en el Hall 13 de la IBC

mente, tuvo allí el lanzamiento del modelo estrella de su línea XDCAM, la videocámara de hombro PXW-Z750.

Primestream sumó a Mario Díaz

Primestream surge renovado y con un gran impulso. Primero en general con nuevo logo y el slogan moderno en el stand de IBC de "Tecnología para la creación en medios". Y segundo en Latinoamérica al haber sumado como sales manager a la figura experimentada tras sus pasos en VSN y Dalet de Mario Díaz.



En el stand también se puso énfasis en las nuevas soluciones para captura de señales en SDI y llevarlas al HDR, el transcoding al formato broadcast, una integración de soluciones con Microsoft y haber sumado tecnología para el área de noticias, que le abre muchas posibilidades dentro y más allá de su core en post producción.



Mario Díaz en el stand de IBC

Ross espera completar otro año de crecimiento

Lanzó el BCS en la IBC

Jason Barden de Ross vio menos presencia en IBC que el año pasado, pero igualmente estaban los clientes más importantes como Televisa, Multimedios, Azteca, RBS, Globo, Globosat, TVN, y Torneos, entre otros.

Allí lanzó el BCS (Broadcast Control System), sistema de control para IP que es como un puente para todos los procesos IP y tiene un vínculo con el Stream IP. También hubo un nuevo panel de la línea Ultrix en cuatro unidades de rack configurable para armar su propio panel. Es fácil y con un software sin costo y con procesos de touch screen.

Sobre lo que viene antes de CAPER donde



Jason Barden

volverá a estar con OM Systems con todo su equipo, dijo que este 2019 va para un nuevo año de crecimiento y que las crisis no dejan de ser una oportunidad pues sus productos tienen un menor costo y más eficiencia.

Aveco: Gran Proyecto con Sky Brasil

Alejandro Paludi y Jared Pieper de Aveco, destacaron como novedad en IBC el proyecto de playout de 50 canales con Sky Brasil, como con Canal 13 de Chile para 12 canales. Sigue robusteciéndose su trabajo en la región y lo celebraron con un cóctel el domingo.



Pavel Potuzak, Jared Pieper y Alejandro Paludi

From the manufacturer who brought you **ACCESS 2USB**

ACCESS NX

The Official IP Audio Codec of Sports

World-class reliability for the world's game.

See The Video
www.comrex.com/access-nx/video

USA
1-800-237-1776
www.comrex.com

COMREX